



PERAN PERLINDUNGAN BAGI KONSUMEN DAN PELAKU USAHA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG No. 8 TAHUN 1999

Edwin Yuliska

Universitas Sumatera Barat

edwinyuliska@gmail.com

✉Corresponding Author:

Nama Penulis: Edwin Yuliska, SH.,MH

E-mail: edwinyuliska@gmail.com

Abstract

Consumer protection is an important aspect in ensuring the creation of a balance between rights and obligations between consumers and business actors. Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection aims to protect consumer rights from detrimental business practices, as well as encouraging the responsibility of business actors to run business ethically and in accordance with the law. This research aims to determine the importance of consumer protection in creating a fair relationship between consumers and business actors, as well as examining the effectiveness of implementing the Consumer Protection Law in Indonesia. This research uses a normative juridical method with a statutory approach related to regulations, doctrine, court decisions and other legal sources. The research results show that Law no. 8 of 1999 provides a strong legal basis for the protection of consumers and business actors. However, efforts are still needed to increase socialization, legal education for the community, and stricter law enforcement to encourage legal awareness for both consumers and business actors.

Keywords: *Consumer protection, business actors, Law no. 8 of 1999.*

Abstrak

Perlindungan konsumen adalah aspek penting dalam menjamin terciptanya keseimbangan antara hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik usaha yang merugikan, serta mendorong tanggung jawab pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan hukum. Penelitian ini bertujuan untuk menegabui pentingnya perlindungan konsumen dalam menciptakan hubungan yang adil antara konsumen dan pelaku usaha, serta mengkaji efektivitas penerapan UU Perlindungan Konsumen di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang terkait peraturan, doktrin, putusan pengadilan, maupun sumber-sumber hukum lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Undang-undang No. 8 Tahun 1999 memberikan dasar hukum yang kuat bagi perlindungan konsumen dan pelaku usaha. Meskipun demikian masih sangat diperlukan upaya peningkatan sosialisasi, edukasi hukum bagi masyarakat, serta penegakan hukum yang lebih tegas untuk mendorong kesadaran hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Kata kunci : Perlindungan konsumen, Pelaku usaha, Undang-undang No. 8 Tahun 1999.

PENDAHULUAN

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah pilar penting dalam menjaga keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Tanpa perlindungan yang jelas, konsumen rentan terhadap penipuan, produk yang tidak aman, dan layanan yang buruk. Dengan adanya Undang-undang perlindungan konsumen, konsumen bisa berbelanja dengan lebih aman dan percaya, serta mendapatkan perlindungan yang layak saat terjadi sengketa atau masalah.

Ini pada akhirnya menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan bagi semua pihak.

Undang-undang perlindungan konsumen beserta aturan-aturannya sangat penting untuk memastikan konsumen mendapatkan perlindungan yang layak dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Perlindungan ini tidak hanya mencakup hak-hak konsumen, tetapi juga menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga terwujud hubungan perdagangan yang adil dan transparan. Perlindungan yang jelas mendorong kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha dan pasar secara keseluruhan. Ketika konsumen merasa terlindungi, mereka lebih percaya untuk melakukan transaksi, baik di pasar lokal maupun global.

Aturan yang ketat juga menciptakan persaingan yang sehat antara pelaku usaha, karena mereka berlomba-lomba untuk memberikan produk dan layanan yang terbaik. Undang-undang perlindungan konsumen juga mencantumkan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan, baik dalam bentuk denda, pencabutan izin usaha, atau hukuman lainnya. Sanksi ini berfungsi sebagai pengendali agar pelaku usaha tetap patuh terhadap aturan dan tidak menyalahgunakan posisinya untuk merugikan konsumen.

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, juga menyediakan tempat pengaduan jika pihak-pihak konsumen maupun pelaku usaha jika merasa dirugikan. Di samping bisa komplain langsung ke pelaku usaha, dapat juga melalui lembaga perlindungan konsumen, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Adanya aturan yang jelas tentang penyelesaian sengketa membantu konsumen mendapatkan keadilan dengan cara yang cepat dan efisien, tanpa harus melalui proses hukum yang panjang dan mahal.

Oleh karena itu, untuk mengetahui lebih jelas, seperti apa peran perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha. Maka penulis tertarik melakukan penelitian atau penulisan dengan judul : Peran Perlindungan Bagi Konsumen Dan Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 tahun 1999.

LITERATURE REVIEW

Dalam era perdagangan modern yang terus berkembang, Undang-undang Perlindungan Konsumen memegang peranan penting dalam menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Sejumlah penelitian dan literatur hukum menyoroti signifikansi atas Undang-undang ini, baik dari perspektif perlindungan konsumen maupun kepastian hukum bagi pelaku usaha. Berikut adalah literature review dari beberapa penulis ahli hukum yang meneliti tentang pentingnya Undang-undang Perlindungan Konsumen bagi pelaku usaha dan konsumen.

Pertama, Studi F. Arifin (2023) dengan penelitian : Kepatuhan Pelaku Usaha terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam Menjamin Kepercayaan Konsumen. Penelitian ini menyatakan bahwa pelaku usaha yang patuh terhadap Undang-undang, ini tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga membangun loyalitas dan kepercayaan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan usaha. Penelitian ini juga mengidentifikasi dampak positif dari transparansi informasi dan tanggung jawab produk terhadap kepuasan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Kedua, Studi T. Kurniawan & S. Siti (2022) dengan Judul Penelitian : Pentingnya Kepatuhan Terhadap UU Perlindungan Konsumen untuk Mencegah Praktek Usaha yang tidak adil. Penelitian ini menunjukkan bahwa Undang-undang Perlindungan Konsumen sangat memberikan manfaat bagi pelaku usaha, yaitu mencegah persaingan yang tidak sehat dan

memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan layanan. Mereka menekankan bahwa kepatuhan terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen, tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha mempertahankan reputasi dan kelangsungan usaha mereka.

Ketiga, Studi M. Yahya Harahap & R. Syafruddin (2021), Judul Penelitian : Evaluasi Perlindungan Konsumen dalam Pasar Digital dan Dampaknya Terhadap Pelaku Usaha. Yahya Harahap dan Syafruddin mengevaluasi peran Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi tantangan perdagangan digital. Mereka berpendapat bahwa Undang-undang ini penting untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, namun juga harus diperbarui agar lebih relevan dengan perkembangan teknologi dan bisnis digital. Penelitian ini menyoroti bagaimana pelaku usaha dapat memanfaatkan kepatuhan terhadap Undang-undang perlindungan konsumen, untuk meningkatkan kredibilitas dan memperluas pasar mereka, baik secara domestik maupun internasional.

Keempat, Studi A. Hidayat & Y. Lubis (2020). Judul Penelitian: Penerapan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Menyediakan Produk yang Aman: Perspektif UU Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menyoroti tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan produk yang aman kepada konsumen berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Hidayat dan Lubis menilai bahwa Undang-undang Perlindungan Konsumen ini memberikan perlindungan yang signifikan bagi konsumen, terutama dalam hal keamanan dan kualitas produk. Mereka juga menekankan bahwa pelaku usaha yang mematuhi Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Untuk tercapainya tujuan penulisan, diperlukan suatu metode yang berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan penulisan yang akan dilakukan melalui pendekatan masalah. Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah **yuridis normatif** yaitu metode penelitian hukum yang berfokus pada studi tentang aturan-aturan hukum tertulis atau norma-norma hukum, baik itu undang-undang, peraturan, doktrin, putusan pengadilan, maupun sumber-sumber hukum lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya perlindungan konsumen dalam menciptakan hubungan yang adil antara konsumen dan pelaku usaha, serta mengkaji efektivitas penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, dengan pembahasan, Peran perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha berdasarkan undang-undang No. 8 Tahun 1999. Dalam penulisan ini, penulis akan mempelajari undang-undang tersebut, menelaah pasal-pasal terkait perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha.

PEMBAHASAN

Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen, memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan :

1. Bagi Konsumen

Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sangat penting untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan bahwa konsumen menerima produk dan layanan

yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan janji yang diberikan oleh pelaku usaha. Undang-undang perlindungan konsumen adalah pilar penting dalam menjaga keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Tanpa perlindungan yang jelas, konsumen rentan terhadap penipuan, produk yang tidak aman, dan layanan yang buruk. Tapi dengan adanya Undang-undang perlindungan konsumen, konsumen bisa berbelanja dengan lebih aman dan percaya, serta mendapatkan perlindungan yang layak saat terjadi sengketa atau masalah.

Berikut alasan mengapa Undang-undang No 8 Tahun 1999, sangat penting bagi konsumen :

a. Melindungi Hak Konsumen

Undang-undang Perlindungan Konsumen memastikan bahwa konsumen memiliki hak-hak dasar yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Hak-hak ini memberikan perlindungan hukum dan keamanan bagi konsumen.

Pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan hak-hak konsumen, antara lain:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa.
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai nilai tukar serta kondisi dan jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya tentang barang/jasa yang digunakan.

b. Menjamin Keamanan dan Keselamatan Produk

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, melindungi konsumen dari produk-produk yang dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan mereka. Pelaku usaha dilarang menjual produk yang cacat, tidak aman, atau tidak sesuai dengan standar.

Pasal 8 mengatur pelarangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang yang:

- 1) Tidak memenuhi standar mutu yang berlaku.
- 2) Tidak sesuai dengan berat, ukuran, takaran, dan jumlah yang sebenarnya.
- 3) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, atau keterangan yang diberikan dalam promosi atau iklan.

Dengan aturan ini, konsumen terhindar dari risiko produk yang berbahaya atau cacat.

c. Transparansi dan Informasi yang Jelas

Salah satu masalah utama yang sering dialami konsumen adalah kurangnya informasi yang jujur dan lengkap tentang produk atau jasa yang mereka beli. Undang-undang No. 8 Tahun 1999, memastikan pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan.

Pasal 7 menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban:

- 1) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 2) Menyediakan informasi tentang cara penggunaan dan pemeliharaan barang/jasa.

3) Melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

d. Mencegah Praktik Usaha yang Curang

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bertujuan untuk mencegah praktik-praktik usaha yang merugikan konsumen, seperti penipuan, promosi yang menyesatkan, atau harga yang tidak transparan. Pasal-pasal dalam Undang-undang ini memberikan perlindungan agar pelaku usaha bertindak secara jujur.

Pasal 10 melarang pelaku usaha untuk:

- 1) Mengiklankan barang/jasa dengan harga atau tarif khusus yang tidak disediakan dalam jumlah yang memadai sesuai iklan.
- 2) Menawarkan sesuatu yang tidak sesuai dengan promosi atau kenyataannya.
- 3) Memberikan pernyataan yang menyesatkan tentang suatu barang atau jasa.
- 4) Mekanisme Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, juga memberikan konsumen mekanisme pengaduan jika terjadi sengketa atau masalah terkait barang atau jasa yang diterima. Ini memberikan perlindungan bagi konsumen dalam situasi di mana pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya.

Pasal 45 menyatakan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha baik secara sendiri maupun bersama-sama melalui lembaga perlindungan konsumen atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Hal ini memberikan jaminan bahwa konsumen memiliki jalur hukum yang jelas untuk menyelesaikan sengketa.

e. Sanksi untuk Pelaku Usaha yang Melanggar

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar aturan, baik sanksi administratif maupun pidana. Sanksi ini bertujuan untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melakukan tindakan yang merugikan konsumen.

Pasal 62 menetapkan sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU ini, dengan ancaman pidana penjara maksimal 5 tahun atau denda maksimal Rp2 miliar. Ini menciptakan kepatuhan yang lebih kuat terhadap aturan-aturan yang ada.

f. Ganti Rugi bagi Konsumen

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, juga memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan ganti rugi jika mereka mengalami kerugian akibat penggunaan barang atau jasa yang tidak sesuai.

Pasal 19 menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen berupa pengembalian uang atau penggantian barang/jasa, baik yang sejenis maupun setara nilainya, atau perawatan kesehatan apabila terjadi kerugian.

g. Mendorong Praktik Usaha yang Etis

Dengan adanya Undang-undang No. 8 Tahun 1999, pelaku usaha didorong untuk menjalankan bisnisnya secara etis dan profesional. Hal ini menciptakan lingkungan perdagangan yang sehat, di mana pelaku usaha dituntut untuk memenuhi standar mutu dan memberikan layanan terbaik bagi konsumen.

2. Bagi Pelaku Usaha

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, tidak hanya penting bagi konsumen, tetapi juga sangat penting bagi pelaku usaha. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan melindungi mereka dari risiko-risiko yang mungkin timbul dalam hubungan dengan konsumen. Selain itu, Undang-Undang konsumen ini, mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara etis, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menjaga kepercayaan pasar.

Berikut adalah penjelasan mengenai pentingnya UU Perlindungan Konsumen bagi pelaku usaha beserta aturan pasal-pasal yang relevan:

a. Memberikan Kepastian Hukum

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 memberikan kepastian hukum kepada pelaku usaha terkait hak dan kewajiban mereka. Dengan adanya kepastian hukum, pelaku usaha dapat menjalankan bisnis mereka dengan lebih aman dan terhindar dari potensi sengketa hukum yang tidak perlu.

Pasal 7 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 menjelaskan kewajiban pelaku usaha, antara lain:

- 1) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 2) Melayani konsumen dengan cara yang benar dan tidak diskriminatif.
- 3) Memberikan kompensasi atau ganti rugi atas barang/jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan aturan ini, pelaku usaha mengetahui batasan hukum yang harus diikuti dalam melakukan transaksi bisnis, sehingga dapat terhindar dari tuntutan hukum jika mereka mematuhi ketentuan tersebut.

b. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, memastikan bahwa pelaku usaha yang bertindak sesuai aturan hukum akan mendapatkan kepercayaan lebih besar dari konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya kepada perusahaan yang transparan, jujur, dan memenuhi standar hukum.

Pasal 6 menyebutkan hak-hak pelaku usaha, termasuk hak untuk mendapatkan perlindungan hukum atas itikad baik mereka dalam menjalankan usaha, serta hak untuk membela diri dan menolak tuntutan hukum yang tidak berdasar.

Kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha yang mematuhi Undang-undang ini akan menciptakan loyalitas jangka panjang, sehingga berpotensi meningkatkan reputasi bisnis dan profitabilitas.

c. Menghindari Sengketa dan Tuntutan Hukum

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, melindungi pelaku usaha dari kemungkinan tuntutan hukum yang tidak berdasar. Jika pelaku usaha telah memenuhi kewajiban sesuai Undang-undang Perlindungan Konsumen, mereka memiliki dasar hukum yang kuat untuk membela diri dari keluhan atau tuntutan yang tidak relevan.

Pasal 45 menjelaskan bahwa sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui pengadilan atau di luar pengadilan (lembaga penyelesaian sengketa konsumen). Dengan adanya mekanisme ini, pelaku usaha memiliki saluran hukum yang jelas jika terjadi perselisihan dengan konsumen, sehingga penyelesaiannya bisa dilakukan secara lebih efisien.

d. Mencegah Tindakan Curang dari Pihak Konsumen

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 ini juga melindungi pelaku usaha dari konsumen yang bertindak tidak jujur atau curang. Pelaku usaha berhak menolak konsumen yang melakukan tindakan melawan hukum atau bertujuan menipu.

Pasal 5 mengatur bahwa konsumen berkewajiban untuk:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang/jasa demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/jasa.
- 3) Membayar barang/jasa sesuai dengan kesepakatan.

Dengan ketentuan ini, pelaku usaha dilindungi dari konsumen yang tidak beritikad baik, seperti yang menuntut ganti rugi untuk kerugian yang tidak relevan atau bertindak curang dalam transaksi.

e. Mendorong Pelaku Usaha untuk Meningkatkan Kualitas

Dengan adanya Undang-undang No. 8 Tahun 1999, pelaku usaha didorong untuk terus meningkatkan kualitas barang dan jasa yang mereka tawarkan. Kualitas yang baik dan sesuai standar tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga menjaga pelaku usaha dari masalah hukum dan kerugian reputasi.

Pasal 8 melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang:

- 1) Tidak memenuhi standar mutu atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
- 2) Menggunakan informasi atau iklan yang menyesatkan konsumen.

Aturan ini memastikan bahwa pelaku usaha harus selalu mematuhi standar mutu dan tidak menyalahgunakan informasi produk, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas barang/jasa yang beredar di pasar.

f. Perlindungan dari Tuntutan Ganti Rugi yang Berlebihan

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, memberikan kejelasan mengenai hak dan kewajiban dalam hal ganti rugi. Jika pelaku usaha memenuhi semua kewajibannya, mereka hanya wajib memberikan ganti rugi yang sesuai dengan kerugian yang dialami konsumen.

Pasal 19 menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas ganti rugi, seperti:

- 1) Penggantian barang yang baru.
- 2) Pengembalian uang.
- 3) Perbaikan atau perawatan sesuai dengan kerusakan yang terjadi.

Aturan ini membantu pelaku usaha memahami batas tanggung jawab mereka dalam memberikan kompensasi, sehingga tidak ada tuntutan ganti rugi yang berlebihan dari konsumen.

g. Menciptakan Persaingan Usaha yang Sehat

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, juga berfungsi untuk menjaga persaingan usaha yang sehat. Pelaku usaha yang jujur dan patuh pada aturan hukum tidak akan dirugikan oleh pesaing yang melakukan praktik usaha yang tidak etis, seperti penipuan atau iklan menyesatkan.

Pasal 16 melarang pelaku usaha memanfaatkan posisi dominannya dalam pasar untuk memperdagangkan barang/jasa dengan cara yang merugikan konsumen atau pesaing. Hal ini membantu menciptakan lingkungan usaha yang adil dan kompetitif.

h. Menghindari Sanksi Hukum yang Berat

Undang-undang No. 8 Tahun 1999, juga berfungsi sebagai peringatan bagi pelaku usaha agar tidak melanggar hukum. Pelanggaran terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen bisa berakibat pada sanksi hukum yang berat, baik sanksi administratif maupun pidana.

Pasal 62 menjelaskan sanksi bagi pelanggaran terhadap Undang-undang ini, yaitu hukuman pidana penjara hingga 5 tahun atau denda hingga Rp 2 miliar. Sanksi yang berat ini bertujuan agar pelaku usaha patuh terhadap aturan dan menjaga integritas dalam menjalankan usahanya.

KESIMPULAN

Undang-undang perlindungan bagi pelaku usaha dan konsumen sangat penting dalam menjaga keseimbangan kepentingan kedua pihak, menciptakan lingkungan bisnis yang transparan dan adil, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Tanpa regulasi yang tepat, baik konsumen maupun pelaku usaha bisa mengalami kerugian yang pada akhirnya dapat merugikan ekosistem bisnis secara keseluruhan. Undang-undang perlindungan konsumen adalah fondasi utama untuk menjaga keberlangsungan, keamanan, dan pertumbuhan usaha. Dengan adanya kepastian hukum dan perlindungan dari risiko-risiko eksternal, pelaku usaha bisa fokus pada pengembangan bisnisnya dengan lebih optimal, serta berkontribusi pada perekonomian secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, RajaGrafindo Persada, 2011
- Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, RajaGrafindo Persada, Jakarta 2012
- Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, 2010
- Frans Hendra Winarta, *Hukum Penyelesaian Sengketa*, Sinar Grafika, Jakarta 2011
- Hadjon, Philipus M. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Gadjah Mada University Press, 1994.
- M Sadar, M Taufik Makarao, Habloel Mawadi, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Penerbit Akademia, 2012
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Kencana, 2014.
- Miasiratni, M. (2024). Perlindungan Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Journal of Global Legal Review*, 2(1), 53–64.
<https://doi.org/10.59963/jlegar.v2i1.323>

Author: Edwin Yuliska

- Kartini, Yulianto. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Sinar Grafika, 2011.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo, 2006.
- Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. PT Citra Aditya Bakti, 2002.
- Taufik, Deddy. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Kencana, 2015.
- Usman, Rachmadi. *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Yoseva, W. (2024). Upaya Penegakan Hukum Melalui Sidak BPOM Padang Guna Mewujudkan Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan Kadaluarsa. *Journal of Global Legal Review*, 2(1), 26–32. <https://doi.org/10.59963/jglegar.v2i1.325>

Author: Edwin Yuliska