



JIHP:
Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik

E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000

<https://dinastirev.org/JIHP> ✉ dinasti.info@gmail.com ☎ +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Penyelesaian Sengketa dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia

Yudo Andreawan¹

¹Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia, yudoandreawan@gmail.com

Corresponding Author: yudoandreawan@gmail.com

Abstract : In recent years, there has been an encouraging increase in the attention paid by behavioral scientists to the legal system. A great deal—a great deal of jurisprudential thought—has been process-oriented. Theorists have done so with regard to the way decisions are made—whether precedent, race, education, social background, personality, or other factors influence judges toward one side or another in a particular controversy. Of course, scholars are very interested in the legal outcomes of these institutions, but they often limit the definition of output to outcomes or decisions and are not concerned with other types of decisions formal legal regulations output. Decisions (or outcomes) are unique applications of pre-existing rules. In resolving consumer disputes, the consumer's position is often a weak bargaining position. This means that consumers cannot exercise their rights in terms of evidence at trial. Even though the burden of proof is on the defendant, often in his decision the judge imposes the same burden of proof on the defendant. This is not in line with the legal nawacita made by the drafters of the consumer protection law, that consumers are the ones who occupy the highest position if a dispute occurs in court.

Keywords: Dispute Resolution, Consumer Protection, and Consumer Rights

Abstrak: Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan yang mendorong perhatian para peneliti atas suatu perilaku terhadap sistem hukum. Banyak sekali - sebagian besar pemikiran ahli hukum - telah berorientasi pada proses. Para teoritis telah melakukan hal tersebut sehubungan dengan cara pengambilan keputusan-apakah preseden, ras, pendidikan, latar belakang sosial, kepribadian, atau faktor-faktor lain dapat mempengaruhi para hakim untuk berpihak pada satu sisi atau sisi lain dalam suatu kontroversi tertentu. Tentu saja, para sarjana sangat tertarik dengan hasil hukum dari lembaga-lembaga ini, tetapi mereka sering membatasi definisi output pada hasil atau keputusan dan tidak peduli dengan jenis-jenis keputusan lain yang dihasilkan oleh peraturan hukum formal. Putusan (atau hasil) merupakan aplikasi unik dari peraturan yang sudah ada sebelumnya. Dalam menyelesaikan sengketa konsumen, posisi konsumen sering kali berada dalam posisi tawar yang lemah. Artinya, konsumen tidak dapat menggunakan hak-haknya dalam hal pembuktian di persidangan. Meskipun beban pembuktian ada pada tergugat, namun seringkali dalam putusannya hakim membebankan beban pembuktian yang sama kepada tergugat. Hal ini tidak sejalan dengan nawacita hukum yang dibuat oleh para perumus undang-undang perlindungan konsumen,

bahwa konsumen adalah pihak yang menempati posisi tertinggi jika terjadi sengketa di pengadilan.

Kata kunci: Penyelesaian Sengketa, Perlindungan Konsumen, dan Hak-hak Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat peningkatan yang menggembirakan dalam hal perhatian yang diberikan oleh ilmuwan perilaku sehingga sistem hukum. Banyak sekali—sangat banyak pemikiran yurisprudensi-telah berorientasi pada proses.' Para ahli teori telah melakukannya berkaitan dengan cara pengambilan keputusan-baik preseden, ras, pendidikan, latar belakang sosial, kepribadian, atau faktor lainnya mempengaruhi hakim terhadap satu pihak atau pihak lain dalam kontroversi tertentu. Tentu saja, para sarjana sangat tertarik dengan hasil hukum lembaga-lembaga tersebut, namun mereka seringkali membatasi definisi output terhadap hasil atau keputusan dan tidak peduli dengan jenis keputusan lain peraturan hukum keluaran formal

Keputusan (atau hasil) merupakan penerapan unik dari aturan yang sudah ada sebelumnya. Aturan adalah pernyataan umum yang mampu (atau setidaknya tampak mampu) diterapkan pada lebih dari satu situasi konkrit. Peraturan mungkin merupakan produk institusi hukum yang sama pentingnya dengan keputusan. Sejumlah besar institusi membentuk sistem hukum (termasuk pengadilan, badan legislatif, dan badan administratif); lembaga-lembaga ini terlibat dalam pembuatan dan penerapan hukum, dalam menghasilkan keputusan dan peraturan. Beberapa perhatian baru terhadap peraturan – bagaimana peraturan tersebut berubah, keteraturan kelembagaan apa yang ditunjukkan, apa hubungannya dengan perilaku lembaga yang sebenarnya, dan siklus hidup yang diikuti – dapat menjelaskan beberapa karakteristik sosial dari lembaga hukum yang tidak diketahui selama ini. penelitian dan teori yang dikhususkan untuk proses pengambilan keputusan

Skeptisisme terhadap peraturan, jika direduksi menjadi ekstrem, berarti (1) bahwa beberapa peraturan yang dibuat-buat bukanlah peraturan yang sebenarnya; atau (2) bahwa beberapa peraturan tidak nyata dalam arti bahwa peraturan tersebut bervariasi, disalahgunakan, atau diabaikan ketika diterapkan dan bahwa mereka yang menerapkan peraturan sebenarnya memerintah berdasarkan kebijaksanaannya sendiri, menggunakan peraturan tersebut sebagai pegangan atau kepalsuan belaka.

Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional, termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada filsafah Kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar negara Pancasila dan Konstitusi negara UUD 1945

Dalam buku “Hukum Perlindungan Konsumen” yang ditulis oleh Zulham, disebutkan bahwa perkembangan hukum konsumen di dunia berawal dari adanya gerakan perlindungan konsumen pada abad ke-19. Hal itu ditandai dengan munculnya gerakan konsumen yang terjadi di Amerika Serikat (AS). Gelombang pertama terjadi pada tahun 1891, yaitu ditandai dengan terbentuknya Liga Konsumen di New York dan yang pertama kali di dunia. Baru pada tahun 1898, di tingkat nasional AS terbentuk Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*). Organisasi ini mengalami banyak hambatan. Meski demikian, pada tahun 1906, lahirlah undang-undang tentang perlindungan konsumen, yaitu *The Meat Inspection Act* dan *The Food and Drugs Act*. Pada tahun 1938, UU ini diamandemen menjadi *The Food, Drug and Cosmetics Act* karena adanya tragedi Elixir Sulfanilamide yang menewaskan 93 konsumen di AS tahun 1937.

Hukum konsumen berkembang lagi pada tahun 1914, yang ditandai sebagai gelombang kedua dan terbentuk komisi yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen, yaitu *Federal Trade Commission* (FTC). Keberadaan program pendidikan konsumen mulai dirasakan perlu untuk menumbuhkan kesadaran kritis bagi para konsumen. Maka pada dekade 1930-an mulai gencar dilakukan penulisan buku- buku tentang konsumen dan perlindungan konsumen, yang juga dilengkapi dengan riset-riset yang mendukungnya.

Gelombang ketiga terjadi pada dekade 1960-an, yang melahirkan era hukum perlindungan konsumen dengan lahirnya suatu cabang hukum baru, yaitu hukum konsumen (*consumers law*). Hal ini ditandai dengan pidato Presiden AS ketika itu, John F. Kennedy, di depan Kongres AS pada tanggal 15 Maret 1962 tentang “A Special Message for the Protection of Consumer Interest” atau yang lebih dikenal dengan istilah “Deklarasi Hak Konsumen” (*Declaration of Consumer Right*). Dalam perkembangannya, sejumlah negara mulai membentuk undang-undang mengenai perlindungan konsumen. Negara-negara tersebut antara lain Amerika Serikat *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act* (UTPCP) tahun 1967, yang kemudian diamandemen pada tahun 1969 dan 1970 *Unfair Trade Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law*, tahun 1973. Kemudian Jepang *The Consumer Protection Fundamental Act* (1968), Inggris *The Consumer Protection Act* (1970), yang diamandemen pada 1971, Kanada *The Consumer Protection Act dan The Consumer Protection Amendment Act* (1971). Lalu Singapura *The Consumer Protection (Trade Description and Safety Requirement Act)* tahun 1975, Finlandia *The Consumer Protection Act* (1978), Irlandia *The Consumer Information Act* (1978), Australia *The Consumer Affairs Act* (1978), dan Thailand: *The Consumer Act* (1979).

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada dekade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu, gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen.

YLKI berdiri ketika kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih dibayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri. Namun seiring perkembangan, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, dengan memberikan bantuan kepada masyarakat atau konsumen. Sejak dekade 1980-an, gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah Undang-Undang tentang perlindungan konsumen terus dilakukan selama bertahun-tahun. Di masa Orde Baru, Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) belum bisa mewujudkannya, terbukti pengesahan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda.

Di Indonesia, pengaturan mengenai perlindungan konsumen telah dimulai sejak zaman Hindia Belanda. Sejumlah aturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, antara lain *Reglement Industriele Eigendom*, S. 1912-545, jo. S. 1913 No. 214, *Hinder Ordonnantie* (Ordonansi Gangguan) S, 1926-226 jo. S. 1927-449, jo. S. 1940-14 dan 450, dan *Loodwit Ordonnantie* (Ordonansi Timbal Karbonat), S. 1931 No. 28.

Selain itu, dalam beberapa kitab undang-undang juga terdapat beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen. KUH Perdata Bagian 2, Bab V, Buku II mengatur mengenai kewajiban penjual dalam perjanjian jual beli.

Kemudian KUHd mengenai pihak ketiga yang harus dilindungi tentang perlindungan penumpang/barang muatan pada hukum maritim, ketentuan mengenai perantara, asuransi, surat berharga, kepailitan. Lalu KUH Pidana tentang pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, persaingan curang dan sebagainya.

Setelah Indonesia merdeka hingga tahun 1999, undang-undang di Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen. Namun peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha untuk memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen. Pengaruh internasional dalam

pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia sangat signifikan. Beberapa lembaga internasional dan kerangka kerja global telah berperan dalam membentuk kebijakan dan regulasi perlindungan konsumen di berbagai negara, termasuk Indonesia.

1. **International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN)**: ICPEN adalah jaringan global otoritas perlindungan konsumen yang bertujuan untuk menegakkan praktik perdagangan yang adil, terutama dalam transaksi lintas batas.
2. **Federal Trade Commission (FTC)**: FTC dari Amerika Serikat juga berperan dalam memberikan bantuan teknis dan berbagi informasi dengan negara lain untuk meningkatkan perlindungan konsumen
3. **Consumers International (CI)**: CI adalah organisasi global yang bekerja untuk mempromosikan hak-hak konsumen di seluruh dunia. Mereka menyediakan panduan dan dukungan bagi negara-negara anggota untuk mengembangkan kebijakan perlindungan konsumen yang efektif
4. **ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP)**: Di tingkat regional, ACCP bekerja untuk menegakkan hak dan tanggung jawab konsumen serta mendorong kerja sama regional dalam perlindungan konsumen di ASEAN

Beberapa regulasi tersebut antara lain UU 10/1961 tentang Barang, UU 2/1966 tentang Hygiene, UU 2/1981 tentang Metrologi Legal, UU 4/1982 tentang Lingkungan Hidup, UU 5/1984 tentang Perindustrian, UU 15/1985 tentang Ketenagalistrikan, UU 1/1987 tentang Kamar Dagang dan Industri, UU 14/1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, UU 23/1992 tentang Kesehatan, dan UU 7/1996 tentang Pangan.

Pada tahun 1999 Konfigurasi politik di Indonesia adalah bersifat demokratis, sehingga dengan adanya reformasi dari rakyat dan sebagai akibat dari gerakan konsumen yang progresif dalam perkembangannya, maka Pemerintah Indonesia mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai perlindungan konsumen, dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Politik hukum dalam teori Henry Maine tentang movement from status to contract, secara implisit memiliki implikasi pada politik hukum, artinya bahwa tingkat perkembangan masyarakat menentukan tipe hukum yang dibutuhkan untuk melayani masyarakat.¹⁷ Sebagai adanya reformasi dari rakyat dan akibat dari gerakan konsumen yang progresif, juga kondisi ekonomi masyarakat Indonesia sangat lemah dan daya beli masyarakat sangatlah rendah, sedangkan pelaku usaha pihak bank sebagai posisi yang kuat dapat melakukan tindakan seenaknya saja tanpa memikirkan konsumen, maka Pemerintah mengeluarkan UU Perlindungan konsumen.

Di sisi lain Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini juga dalam pembentukannya tidak terlepas dengan muatan-muatan politik yang ada pada saat itu, karena Undang-Undang dihasilkan melalui kesepakatan dari wakil-wakil rakyat yang ada di lembaga legislatif dan pemerintah. Produk hukum tersebut dikeluarkan secara demokratis melalui lembaga yang terhormat, namun muatannya tidak dapat dilepaskan dari kekuatan politik yang ada didalamnya. Termasuk dalam penyelesaian sengketa yang diharapkan dapat memulihkan keadaan konsumen ke sediakala tanpa merusak keadaan yang sudah ada. Berdasarkan uraian diatas, maka artikel ini hendak menjawab persoalan bagaimana politik hukum yang melatarbelakangi penyelesaian sengketa dalam UUPK.

METODE

Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang berbentuk doktrinal. Adapun penelitian ini bersifat doktrinal karena penelitian ini dilakukan dengan berpedoman pada norma hukum yang berlaku yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks ini, penulis lebih banyak melkaukan studi kepustakaan atau mengumpulkan data sekunder yang bersifat hukum maupun non-hukum.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang dilengkapi dengan data primer. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder, yakni data yang bersumber dari bahan-bahan Pustaka. Data sekunder tersebut antara lain Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Universitas Indonesia berupa dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian berwujud laporan, buku harian dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

Sesungguhnya peran hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang kompetitif. Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, dimana ekonomi Indonesia juga berkaitan dengan ekonomi dunia. Persaingan internasional dapat membawa implikasi negative bagi konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu :

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen, maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :

- 1) Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- 2) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- 3) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- 4) Memebrikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- 5) Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dalam mewujudkan keadilan Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (justice) yang menyatakan "the end of the justice to secure from the injury". Menurut G.W.Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (the element of will). Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan

nilai-nilai hukum dan postulat-postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam. Hukum pada hakekatnya adalah abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan berkurangnya penderitaan, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat.

Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional. Pada Pasal 2 UUPK yang menyebutkan perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Maksud asas-asas dalam perlindungan konsumen adalah :

- 1) Asas Manfaat Asas ini mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara bersamaan.
- 2) Asas Keadilan Maksud daripada asas ini agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas Keseimbangan Asas ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik materil atau spiritual.
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Maksud asas ini adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen.
- 5) Asas Kepastian Hukum Asas ini dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum.

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (profit) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian sering kali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara social dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya campur tangan Negara melalui penetapan system perlindungan hukum terhadap konsumen. Berkaitan dengan itu telah disahkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan UU RI No. 8 tahun 1999, tentang UUPK, tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 UUPK , yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (profit) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian sering kali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara social dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya campur tangan Negara melalui penetapan system perlindungan hukum terhadap konsumen. Berkaitan dengan itu telah disahkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan UU RI No. 8 Tahun 1999 tentang UUPK, tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 UUPK, yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Hak – Hak Konsumen Perspektif Internasional

Presiden Jhon F. Kennedy mengemukakan 4 hak konsumen yang harus dilindungi, yaitu :

- 1) Hak memperoleh keamanan. (The right of safety).
- 2) Hak memilih (the right to choose).
- 3) Hak mendapat informasi the right to be informed)
- 4) Hak untuk didengar (the right to be heard).

Organisasi Konsumen Sedunia (International Organization of Consumers Union-IOCU) menambahkan 4 hak dasar konsumen yang harus dilindungi, yaitu :

- 1) Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.
- 2) Hak untuk memperoleh ganti rugi.
- 3) Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.
- 4) Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Masyarakat ekonomi eropa juga telah menetapkan hak-hak dasar konsumen yang perlu mendapat perlindungan yaitu :

- 1) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan
- 2) Hak kepentingan ekonomi
- 3) Hak mendapat ganti rugi.

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu: 1. hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan; 2. hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan 3. hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Hak dan Kewajiban Konsumen Berdasarkan UUPK

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut :

- 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/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 untuk 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
- Selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban diantaranya :
- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
 - 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
 - 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
 - 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Politik Hukum Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen

Politik hukum adalah kebijakan hukum. Politik hukum merupakan kebijakan yang diambil oleh negara melalui lembaga negara atau pejabat yang diberi wewenang untuk menetapkan hukum mana yang perlu diganti, diubah, dipertahankan, atau hukum mana yang perlu diatur, dengan tujuan kebijakan tersebut dapat berjalan dengan baik dan tertib agar tujuan negara dapat terwujud. Politik hukum nasional harus selaras dengan dengan tujuan negara Indonesia yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut serta memelihara ketertiban dunia. Politik hukum nasional memberi arah pembangunan hukum yang lebih berakar pada budaya bangsa dan keyakinan yang hidup dalam masyarakat. Arah pembangunan hukum harus memperhatikan perkembangan masyarakat baik di bidang sosial, budaya, ekonomi dan politik.

Menurut **Mahfud MD** dalam buku *Politik Hukum di Indonesia*, politik hukum adalah *legal policy* atau garis (kebijakan) resmi tentang hukum yang akan diberlakukan baik

dengan pembuatan hukum baru maupun dengan penggantian hukum lama, dalam rangka mencapai tujuan negara (hal. 1).

Selanjutnya, **Padmo Wahjono** mengartikan politik hukum adalah kebijakan dasar yang menentukan arah, bentuk, dan isi hukum yang akan dibentuk. Lebih jelasnya, politik hukum merupakan kebijakan penyelenggara negara tentang apa yang dijadikan kriteria untuk membentuk suatu yang mencakup pembentukan, penerapan, dan penegakan hukum (hal. 1).

Kemudian, **Satjipto Rahardjo** dalam buku *Ilmu Hukum* mendefinisikan politik hukum adalah aktivitas untuk memilih tujuan sosial tertentu. Politik adalah bidang yang berhubungan dengan tujuan masyarakat. Sedangkan hukum berhadapan dengan keharusan untuk menentukan pilihan tentang tujuan atau cara-cara yang akan dipakai untuk mencapai tujuan masyarakat tersebut (hal. 352)

2.a Sejarah Pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Awal terbentuknya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disepakati oleh DPR pada (tanggal 30 Maret 1999) dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No. 42 Tahun 1999). Berbagai usaha dengan memakan waktu, tenaga dan pikiran yang banyak telah dijalankan berbagai pihak yang berkaitan dengan pembentukan hukum dan perlindungan konsumen.

Pada tahap selanjutnya, perkembangan aspek perlindungan konsumen terjadi di beberapa negara di belahan dunia, dengan pembentukan undang-undang perlindungan konsumen. Negara-negara tersebut antara lain; a. Amerika Serikat: The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act tahun 1967, Unfair Trade Practices dan Consumer Protection (Louisiana) Law tahun 1973; b. Inggris: The Consumer Protection Act tahun 1961; c. Kanda: The Consumer Protection Act dan The Consumer Protection Amendment Act tahun 1971; d. Singapura: The Consumer Protection (Trade Description and Safety Requirement Act) tahun 1975; e. Thailand: Consumer Act tahun 1979; f. Jepang: The Consumer Protection Fundamental Act, tahun 1968; g. Australia: Consumer Affairs Act tahun 1978; h. Irlandia: Consumer Information Act tahun 1978;

Adapun dasar dari lahirnya UUPK ini menurut konsiderannya yaitu pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan Makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945; kemudian pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi nasional harus mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen; lalu semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar; kemudian untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan kembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab; ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan konsumen kepentingan konsumen dan peaku usaha sehingga terciptanya perekonomian yang sehat.

Dalam Pasal 3 UU No. 8 Tahun 1999, dinyatakan bahwa tujuan dibuatnya UU Perlindungan Konsumen adalah untuk : 1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan atau jasa, 3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-

haknya sebagai konsumen, 4. 5. 6. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur-unsur hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha, Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga yang menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK menggunakan cara penyelesaian seperti mediasi, arbitrase, dan konsiliasi. BPSK juga memberikan konsultasi perlindungan konsumen dan mengawasi pencantuman klausula baku. Jika terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, BPSK akan melaporkan kepada penyidik umum. Secara kelembagaan BPSK itu masuk dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan karena sudah diatur sebagaimana yang ada dalam pasal 1 butir 11 hukum perlindungan konsumen. BPSK merupakan suatu Badan/Lembaga independent, badan publik yang mempunyai tugas dan wewenang antara lain melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen secara Konsiliasi, Mediasi dan Arbitrase. Dan juga memberikan konsultasi perlindungan konsumen, memberikan jaminan kepastian hukum bagi konsumen dalam menuntut haknya, melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku, Justru dengan adanya BPSK inilah para pihak (pelaku usaha & konsumen) yang bersengketa bisa menyelesaikannya melalui lembaga tersebut. Dan BPSK juga sebagai salah satu alternatif ato jalan keluar untuk menghindari penyelesaian sengketa konsumen lewat peradilan umum. Karena disamping memakan waktu yang cukup lama juga tidak sedikit biaya yang harus di keluarkan. Sementara penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK membutuhkan hukum acara yang cepat dan biaya relatif murah. Dan lembaga ini mempunyai peran yang sangat penting dalam melindungi konsumen di Indonesia. Namun demikian tidak menutup kemungkinan apabila salah satu ato ke dua belah pihak merasa tidak ato belum puas dengan apa yang di putusan oleh BPSK, maka dengan terpaksa harus melalui peradilan umum sebagai jalan terakhir.

BPSK memiliki kewenangan untuk mengadili sengketa konsumen sesuai dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Putusan BPSK harus dimintakan pengesahannya terlebih dahulu ke Pengadilan Negeri. BPSK hanya menangani kasus perdata yang umumnya bersifat ganti rugi langsung yang dialami oleh konsumen atas kesalahan/kelalaian Pelaku Usaha.

Dasar hukum pembentukan BPSK adalah Pasal 49 Ayat 1 UUPK dan Kepmenperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. BPSK dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD)

Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diatur pada Pasal 52 UUPK jo. SK. Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu:

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi, dan arbitrase;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
4. Melaporkan kepada penyidik umum jika terjadi pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK);
5. Menerima pengaduan tertulis maupun tidak dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;

7. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
8. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang diduga mengetahui pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen;
9. Meminta bantuan kepada penyidik untuk menghadirkan saksi, saksi ahli, atau setiap orang pada butir g dan butir h yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK);
10. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
11. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian di pihak konsumen;
12. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
13. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Tata Cara Penyelesaian Sengketa di BPSK adalah sebagai berikut: BPSK hanya menangani kasus perdata saja yang umumnya bersifat ganti rugi langsung yang dialami oleh konsumen atas kesalahan/kelalaian Pelaku Usaha. Cara penyelesaian sengketa di BPSK dilakukan dengan cara: konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Dalam setiap proses penyelesaian sengketa konsumen memerlukan pembuktian. Hakim memerlukan pembuktian sebagai suatu alasan yang dipergunakannya untuk memutuskan sengketa yang menjadi tugas dan beban yang sangat mulia sekaligus kontroversial atas tugas dan fungsinya. Oleh sebab itu, putusan hakim harus berdasarkan bukti-bukti yang sah dan hakim berkeyakinan untuk menjatuhkan hukuman. Dalam melakukan pembuktian dikenal adanya beban pembuktian (*bewijslast/burden of proof*). Dalam UUPK menganut pembalikan beban pembuktian, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 19, Pasal 22, Pasal 23 dan Pasal 28 UUPK. Pembalikan beban pembuktian adalah beban pembuktian yang dibebankan kepada pihak tergugat (pelaku usaha).

Walaupun pembalikan beban pembuktian ini telah diatur dalam UUPK tetapi tidak ditemukan adanya pengaturan yang secara tegas dan rinci bagaimana penerapannya di pengadilan. Penyelesaian sengketa perdata di pengadilan diatur dalam HIR/RBg. Dalam HIR/RBg, beban pembuktian diatur dalam Pasal 163 HIR/283 RBg dengan asas *actori incumbit probatio* yang artinya siapa yang menggugat, dialah yang harus membuktikan. Hal ini menyebabkan tidak efektifnya penerapan pembalikan beban pembuktiannya di pengadilan karena terdapat dua peraturan perundang-undangan yang saling bertentangan antara Pasal 19 dan Pasal 28 UUPK dengan Pasal 163 HIR/283 RBg.

Selain itu penyelesaian sengketa konsumen juga tidak diatur secara khusus dalam UUPK, sehingga proses penyelesaian di pengadilan mengikuti hukum acara perdata yang telah diatur dalam HIR/RBg. Hal ini menyebabkan ketidakpastian dalam penerapan pembuktiannya. Contoh kasusnya adalah Takasu Masaharu dengan PT Coca Cola Di PN Jakarta Selatan pada tahun 2005, dimana majelis hakim tidak menerapkan pembalikan beban pembuktiannya. Gugatan Takasu Masaharu ditolak oleh pengadilan, Dalam putusannya, majelis hakim menyatakan menolak gugatan penggugat dan menghukum penggugat membayar biaya yang timbul dalam perkara tersebut sebesar Rp 539.000. Majelis hakim menolak gugatan penggugat dengan berbagai pertimbangan. Antara lain, tidak dilakukan pemeriksaan laboratorium terhadap darah, urine dan muntahan, hanya memeriksa tekanan darah dan keluhan pasien, dalam hal ini Takasu yang mengaku keracunan setelah mengonsumsi Coca-Cola berobat nyamuk. Jadi dugaan keracunan hanya berdasarkan keluhan pasien, bukan hasil laboratorium. Kesimpulan dari bukti ini tidak bisa dipertahankan secara ilmiah. Gugatan juga dinyatakan kurang pihak. Majelis hakim telah salah mengambil pertimbangan dalam hal pembuktian.

Dikatakan bukti penggugat tidak kuat. Padahal yang wajib melakukan pembuktian adalah tergugat dan bukan penggugat seperti diatur dalam UUPK.

Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional, termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada filsafah Kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar negara Pancasila dan Konstitusi negara UUD 1945. Alasan penerapan asas pembalikan beban pembuktian dalam UUPK adalah pelaku usaha yang lebih mengetahui seluk beluk tentang bahan, proses produksi, dan ketentuan distribusi yang dilakukannya. Hal ini sulit dan berat dibuktikan oleh konsumen serta untuk memerlukan biaya. Asas pembalikan beban pembuktian ini dibebankan kepada pelaku usaha bertujuan untuk lebih mengefektifkan perlindungan hukum terhadap konsumen. Tujuan dari pembuktian dalam proses penyelesaian sengketa baik di pengadilan maupun di luar pengadilan adalah memberikan kepastian kepada hakim atas kebenaran suatu peristiwa atau dalil yang disampaikan oleh pihak-pihak yang beracara. Untuk memperoleh kepastian hukum ini tentu dengan peraturan-peraturan yang tidak menyebabkan timbulnya ketidakpastian hukum dalam penerapannya, sebagaimana yang diatur dalam UUPK. Oleh itu perlu perubahan terhadap UUPK, yaitu mengatur penyelesaian sengketa dan khususnya mekanisme pembalikan beban pembuktiannya agar memberikan kepastian hukum.

Dibuatnya peraturan tentang perlindungan konsumen yang dikeluarkan oleh Pemerintah RI pada tanggal 20 April 1999, yang mulai berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000 merupakan awal pengakuan perlindungan konsumen dan secara legitimasi formal menjadi sarana kekuatan hukum bagi konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai penyedia / pembuat produk. Adapun dasar dari lahirnya UUPK ini menurut konsiderannya adalah :

- 1) Bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan Makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945;
- 2) Bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi nasional harus mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan keapstian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- 3) Bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- 4) Bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemmapuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab;
- 5) Bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- 6) Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan konsumen kepentingan konsumen dan peaku usaha sehingga terciptanya perekonomian yang sehat.

KESIMPULAN

Dalam penyelesaian sengketa konsumen, seringkali posisi konsumen adalah posisi tawar yang lemah. Ini berarti konsumen tidak bisa mengeksekusi hak nya dalam hal pembuktian di persidangan. Walaupun beban pembuktian berada pada tergugat, seringkali dalam putusannya hakim membebankan pembuktian yang sama dengan tergugat. Hal ini tidak sejalan dengan nawacita hukum yang dibuat para perumus undang-undang perlindungan konsumen, bahwasannya konsumenlah yang menempati posisi tertinggi apabila terjadi sengketa di persidangan.

REFERENSI

- Erman Rajagukguk. (2000). *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalamn Era Perdagangan Bebas*, Bandung: Mandar Maju.
- Adrianus Meliala. (2006). *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia.
- Abdul Halim Barkatulah. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media.
- Ahmad Ali. (2002). *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*. Jakarta: Gunung Agung.
- Abdul R. Saliman. (2015). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Inosentius Samsul. (2004). *Perlindungan konsumen : kemungkinan penerapan tanggung jawab mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Imam Syaukani dan A. Ahsin Thohari, 2012, *Dasar-dasar Politik Hukum*, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Amran Suadi dan Mardi Chandra, 2016, *Politik Hukum Perspektif Hukum Perdata dan Pidana Islam Serta Ekonomi Syariah*, Prenadamedia, Jakarta
- Syaiful Bakhri, 2012, *Beban Pembuktian Dalam Beberapa Praktik Peradilan*, Gramedia, Jakarta
- Bambang Sugeng A.S dan Sujayadi, 2013, *Pengantar Hukum Acara Perdata & Contoh Dokumen Litigasi*,Kencana Prenadamedia Group, Jakarta
- Syaiful Bakhri, 2018, *Dinamika Hukum Pembuktian Dalam Pencapaian Keadilan*, Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Misnar Syam, *Politik Hukum Pembuktian dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia*, UNNES LAW REVIEW