

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Analisis Normatif terhadap Tanggung Jawab dan Larangan Usaha

Neri Aslina^{*1}, Fithri Mehdini Addieningrum², Ikhwanuddin Mobarok³

¹⁻³ Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Sina Batam, Indonesia (10 pt)

Article Info

Keywords:

Hak;
Kewajiban;
Tanggung Jawab;
Larangan Pelaku Usaha;
Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

Pengaturan hak, kewajiban, tanggung jawab, serta larangan bagi pelaku usaha merupakan elemen penting dalam kerangka hukum untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, adil, dan transparan. Hak pelaku usaha memberikan kebebasan untuk menjalankan kegiatan ekonomi, memperoleh kepastian hukum, dan mempromosikan produk atau jasa sesuai ketentuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaturan hak dan kewajiban pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, penelitian ini mengkaji keseimbangan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UUPK tidak saja memberikan perlindungan bagi konsumen, tetapi juga menjamin hak-hak pelaku usaha seperti hak atas pembayaran dan perlindungan hukum dari konsumen beritikad buruk. Namun, pelaku usaha memikul kewajiban berat terkait transparansi informasi, mutu barang, dan tanggung jawab ganti rugi. Larangan-larangan dalam UUPK berfungsi sebagai instrumen preventif guna mencegah praktik perdagangan yang merugikan masyarakat. Kesimpulan penelitian menekankan bahwa efektivitas perlindungan konsumen sangat bergantung pada kepatuhan pelaku usaha terhadap norma hukum dan penguatan pengawasan oleh pemerintah demi terciptanya iklim usaha yang sehat.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Article history:

Received 01 15, 2026

Revised 02 15, 2026

Accepted 03 20, 2026

Corresponding Author:

Neri Aslina
Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Sina Batam, Indonesia
Email: neriaslina1983@gmail.com

PENDAHULUAN

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia pada tahun 1999 menjadi titik balik sejarah gerakan perlindungan konsumen di Indonesia selama 25 tahun. Pasalnya, gagasan awal isu perlindungan konsumen telah dikumandangkan atau dikampanyekan sejak tahun 1975 hingga akhirnya pada tahun 1999 pemerintah secara resmi mengesahkan dan mengeluarkan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen. perlindungan konsumen di Indonesia terus berkembang. Pemerintah Indonesia telah membentuk lembaga-lembaga seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan dan menjaga persaingan yang sehat di pasar. Pada tahun 2014, pemerintah Indonesia juga menetapkan Hari Konsumen Nasional pada tanggal 20 April untuk meningkatkan kesadaran dan pentingnya perlindungan konsumen di Indonesia.

Tujuan dari UUPK disahkan oleh pemerintah guna pengaturan hak, kewajiban, tanggung jawab, serta larangan bagi pelaku usaha merupakan bagian integral dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan. Aturan ini berfungsi untuk melindungi



konsumen, mencegah praktik monopoli, serta memastikan adanya persaingan usaha yang sehat dan wajar di pasar. Secara umum, pelaku usaha memiliki hak untuk memperoleh keuntungan, menjalankan kegiatan usaha secara bebas sesuai ketentuan hukum yang berlaku, dan mendapatkan perlindungan dari tindakan yang merugikan atau mengganggu kegiatan usahanya (UU No. 5 Tahun 1999). Sementara itu, pelaku usaha juga memiliki sejumlah kewajiban yang harus dipatuhi, seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen terkait produk atau jasa yang ditawarkan, serta bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat produk atau jasa yang dihasilkan (Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999).

Perkembangan perdagangan modern dan transformasi digital telah mengubah pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Hubungan tersebut tidak selalu berada dalam posisi yang seimbang karena pelaku usaha umumnya memiliki informasi, modal, dan akses yang lebih besar dibandingkan konsumen. Kondisi ini menyebabkan perlunya instrumen hukum yang mampu memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha (Shidarta, 2022).

Pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan bentuk komitmen negara dalam menciptakan keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen. UUPK tidak hanya mengatur hak-hak konsumen, tetapi juga memberikan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha sebagai subjek utama dalam kegiatan ekonomi (Nasution, 2020). Pengaturan tersebut bertujuan menciptakan iklim usaha yang sehat, jujur, dan bertanggung jawab.

Peraturan yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menetapkan berbagai larangan yang harus dihindari oleh pelaku usaha. Beberapa larangan utama antara lain praktik monopoli, persekongkolan yang merugikan pihak lain, serta tindakan penipuan dalam menawarkan produk atau jasa. Larangan ini ditegaskan dalam

Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Pasal 62 UU No. 8 Tahun 1999). Pengaturan ini penting untuk mendorong kegiatan usaha yang beretika, meningkatkan transparansi pasar, dan menjamin hak-hak konsumen. Dengan adanya pengaturan yang jelas, diharapkan tercipta lingkungan usaha yang kondusif, kompetitif, dan berkelanjutan serta terciptanya kepastian hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Beberapa penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti perlindungan terhadap konsumen sebagai pihak yang dirugikan dalam transaksi ekonomi. Namun demikian, kajian mengenai hak, kewajiban, tanggung jawab, dan larangan bagi pelaku usaha masih memerlukan analisis yang lebih mendalam, khususnya dalam perspektif hukum normatif dan perkembangan aktivitas bisnis digital saat ini (Barkatullah, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi normatif pengaturan hak dan kewajiban pelaku usaha serta implikasi tanggung jawab dan larangan usaha dalam sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Penelitian kepustakaan juga dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang ingin dipecahkan (Milya Sari, Asmendri, 2020). Penelitian kepustakaan juga dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang ingin



dipecahkan (Milya Sari, Asmendri, 2020). Sumber data berupa bahan hukum primer yang terdiri atas UUD 1945, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan terkait. Bahan hukum sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal nasional dan internasional, serta dokumen hukum lainnya. Analisis dilakukan secara kualitatif melalui interpretasi hukum dan penalaran deduktif.

Metode dalam penelitian ini juga berbentuk penelitian Kepustakaan (library Research), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), yang bersumber dari buku, jurnal, karya ilmiah, skripsi, tesis dan disertasi, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu. Metode penelitian kepustakaan disebut juga studi literatur, yaitu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian (Team Teaching STAI Ibnu Sina Batam, 2023). Penelitian kepustakaan adalah suatu jenis penelitian yang menggunakan sumber kajian literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, jurnal, karya ilmiah, Skripsi, Tesis dan Disertasi, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu (Aslina et al., 2025); (Azhari and Ruhmah, 2024); (Aslina, Addieningrum and Daud, 2025). Metode kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, jurnal, karya ilmiah, skripsi, tesis dan disertasi, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu (Beddu, 2023).

Jika dilihat dari jenis metodenya, penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif, yaitu metode dengan proses penelitian berdasarkan persepsi pada suatu fenomena dengan pendekatannya datanya menghasilkan analisis deskriptif berupa kalimat secara lisan dari objek penelitian (Syafriada Hafni Sahir, 2021). Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang menggunakan bahan-bahan tertulis seperti manuskrip, buku, majalah, surat kabar dan dokumen lainnya (Rahmadi, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

1. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UUPK memberikan sejumlah hak kepada pelaku usaha, antara lain hak menerima pembayaran sesuai kesepakatan, memperoleh perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik, serta hak melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa konsumen. Pengaturan tersebut menunjukkan bahwa hukum perlindungan konsumen tidak hanya berorientasi pada perlindungan konsumen, tetapi juga memberikan jaminan kepastian hukum kepada pelaku usaha (Miru & Yodo, 2023). Hak-hak ini diberikan oleh hukum atau peraturan yang berlaku dalam suatu negara atau yurisdiksi, dan melibatkan berbagai aspek dalam menjalankan kegiatan bisnis. Hak pelaku usaha ini bertujuan agar konsumen dan pelaku usaha sama-sama memiliki kedudukan yang seimbang dalam transaksi bisnis. Diantara mereka itu mempunyai kepentingan yang saling ketergantungan.

Menurut pendapat (Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, 2020) dalam buku Endang Sri Wahyuni, beliau menjelaskan bahwa UUPK diharapkan bahwa konsumen tidak diperlakukan sebagai obyek dalam bisnis, tetapi sebagai subyek yang memiliki kedudukan yang seimbang dengan pelaku usaha. Terhadap pelaku usaha, khususnya di Indonesia harus semakin menyadari bahwa masa depan usahanya juga sangat ditentukan oleh konsumen. Dengan demikian, dalam relasi bisnis harus didasarkan pada relasi yang saling menguntungkan pihak-pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha.



Batasan mengenai apa yang dimaksud dengan pelaku usaha dapat dilihat dalam Pasal 1 butir 3 UUPK dan Pasal 1 butir 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berbunyi

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi” (Pasal 1 butir 5 UU Nomor 5 Tahun 1999).

Kedua Undang-Undang ini memiliki arti yang sangat luas, karena pelaku usaha tidak hanya terbatas kepada pemilik perusahaan yang terdaftar sebagai badan hukum, tetapi pemilik perusahaan yang kecil-kecil pun, seperti pemilik toko, pemilik bengkel, bahkan pemilik warung sekalipun, dapat digolongkan sebagai pelaku usaha. Dengan demikian, jika dikaitkan dengan kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UUPK dan peraturan per-undang-undangan lainnya, mereka tersebut tetap memiliki kewajiban dan tanggung jawab tertentu kepada konsumennya.

Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha lahir baik dari perjanjian maupun undang-undang. Baik perjanjian yang dibuat oleh para pihak maupun undang- undang yang dibuat pemerintah keduanya itu membentuk perikatan di antara para pihak. Perikatan tersebutlah yang menentukan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan atau yang tidak boleh dilaksanakan oleh salah satu pihak dalam perikatan. Untuk memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, UUPK telah menentukan mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 tentang hak pelaku usaha dan Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha.

Menurut (Yessy Kusumadewi & Grace Sharon, 2022), terdapat beberapa hak- hak pelaku usaha atau produsen yang diatur dalam Pasal 6 UUPK, antara lain:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan Peraturan Perundang-undangan lainnya. Hak ini mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk mendapatkan atau memperoleh rehabilitasi (pemulihan) sebagai produsen atau pelaku usaha jika karena suatu tuntutan akhirnya terbukti bertindak benar menurut hukum.

Berdasarkan hak-hak pelaku usaha hal di atas, maka terdapat beberapa pokok- pokok hak pelaku usaha dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 di Indonesia antara lain:

- a. Hak menerima pembayaran

Hak ini mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk menerima pembayaran atas produk atau layanan yang mereka jual kepada konsumen atau pihak lain yang melakukan transaksi bisnis dengan mereka.

b. Hak mendapat perlindungan hukum.

Hak ini mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk dilindungi oleh hukum dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka. Dengan kata lain, produsen atau pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum jika ada tindakan pihak lain yaitu konsumen, yang dengan itikad tidak baik menimbulkan kerugian baginya.

c. Hak membela diri.

Hak ini memberikan pelaku usaha kemampuan untuk membela diri dan melindungi kepentingan bisnis mereka dalam menghadapi sengketa atau tuntutan hukum yang melibatkan konsumen atau pihak lain. Hak membela diri pelaku usaha juga harus dilakukan dalam batas-batas hukum yang berlaku dan menghormati hak-hak konsumen atau pihak lain yang terlibat dalam sengketa atau tuntutan hukum.

d. Hak rehabilitasi.

Hak ini mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk mendapatkan atau memperoleh rehabilitasi (pemulihan) sebagai produsen atau pelaku usaha jika karena suatu tuntutan akhirnya terbukti bertindak benar menurut hukum.

Guna keseimbangan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha, maka UUPK dalam Pasal 6 menetapkan hak-hak pelaku usaha. Dalam transaksi perdagangan barang dan/atau jasa, pelaku usaha juga mempunyai hak-hak yang harus dihargai dan dihormati oleh konsumen, pemerintah serta masyarakat pada umumnya, karena pelaku usaha tanpa dilindungi hak-haknya akan mengakibatkan macetnya aktivitas perusahaan.

2. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha adalah serangkaian tanggung jawab atau kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pihak yang beroperasi dalam bisnis atau usaha (Esther Masri, dkk, 2023). Kewajiban pelaku usaha biasanya ditetapkan oleh peraturan, regulasi, atau hukum yang berlaku, termasuk peraturan dalam bidang bisnis, perdagangan, dan perlindungan konsumen. Kewajiban pelaku usaha penting bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang beretika, bertanggung jawab, dan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk konsumen, masyarakat, lingkungan, dan pelaku usaha itu sendiri. Pengaturan ini sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK mengatur berbagai kewajiban pelaku usaha, seperti beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa, serta memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami konsumen. Kewajiban tersebut merupakan manifestasi prinsip tanggung jawab sosial dan etika bisnis yang harus dijalankan oleh setiap pelaku usaha (Barkatullah, 2019).

Menurut Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah mengatur beberapa kewajiban pelaku usaha, antara lain:

a. Kewajiban beritikad baik. Kewajiban ini mengharuskan pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam berhubungan dengan konsumen, yang melibatkan sikap jujur, transparan, dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usaha. Kewajiban beritikad

- baik merupakan salah satu prinsip fundamental dalam perlindungan konsumen yang menggarisbawahi pentingnya sikap jujur, transparan, dan bertanggung jawab dari pelaku usaha dalam berhubungan dengan konsumen.
- b. Kewajiban memberikan informasi. Kewajiban ini mengacu pada kemampuan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Kewajiban memberikan informasi kepada konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab pelaku usaha untuk memastikan konsumen dapat membuat keputusan yang bijaksana dan tepat dalam membeli produk atau menggunakan layanan.
 - c. Kewajiban melayani. Kewajiban ini mengacu pada tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan layanan yang memadai dan berkualitas kepada konsumen. Kewajiban melayani pelaku usaha bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan memastikan bahwa konsumen mendapatkan layanan yang memadai, berkualitas, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan.
 - d. Kewajiban memberi kesempatan. Kewajiban ini mengacu pada tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan kesempatan kepada konsumen dalam mengajukan pertanyaan, memberikan masukan, atau mengemukakan keluhan terkait produk atau layanan yang diberikan. Dengan kata lain, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan, konsumen memiliki kesempatan untuk memperoleh keyakinan akan kesesuaian produk dengan kebutuhannya.
 - e. Kewajiban memberi kompensasi. Kewajiban ini mengacu pada tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atau kompensasi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat cacat, kerusakan, atau ketidaksesuaian produk atau layanan yang diberikan (Esther Masri, dkk, 2023).

Berdasarkan hal di atas, ketentuan mengenai hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban produsen atau pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mencerminkan hubungan timbal balik antara konsumen dengan produsen atau pelaku usaha. Hubungan ini bersifat saling terkait dan saling mempengaruhi, di mana hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban produsen/pelaku usaha saling melengkapi dan mengimbangi satu sama lain.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK berkaitan erat dengan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Apabila barang atau jasa yang diperdagangkan menimbulkan kerugian, maka pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK. Menurut Shidarta (2022), ketentuan tersebut menunjukkan adanya penerapan prinsip pertanggungjawaban hukum yang bertujuan memberikan perlindungan efektif kepada konsumen. Jika dilihat dalam praktiknya, tanggung jawab pelaku usaha dapat berupa tanggung jawab perdata, administratif, maupun pidana. Bentuk tanggung jawab tersebut diberikan sebagai instrumen penegakan hukum agar pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis secara profesional dan bertanggung jawab (Nasution, 2020).

Setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada calon konsumen. Biasanya, tanggung jawab dapat berupa pemberian garansi. Garansi adalah bentuk layanan, jaminan, atau tanggungan untuk barang-barang yang

digunakan secara berkelanjutan. Tanggung jawab timbul dikarenakan kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari produk yang cacat bisa disebabkan karena kekurangan cermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa terdapat beberapa tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha, yaitu:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen (Pasal 19 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999).

Memperhatikan substansi yang terdapat dalam Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab kerugian atas pencemaran;
- 3) Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Konsep hukum ini merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab bagian yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Menurut (Dwi Atmoko & Adhalia Septia Saputri, 2022), untuk menandai batas-batas pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap pemenuhan hak konsumen, maka dikenal beberapa prinsip tanggung jawab pelaku usaha di antaranya:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsur kesalahan (*fault liability or liability based on principle*).

Pada prinsip ini, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban apabila secara hukum dinyatakan ada unsur kesalahan. Dalam prinsip ini, beban tanggung jawab berada pada pihak yang dirugikan. Prinsip tanggung jawab berdasarkan praduga (*rebuttable presumption of liability principle*). Pada prinsip ini, pihak yang merugikan harus membuktikan kesalahan.

Konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha yang telah melanggar kewajiban dan melanggar larangan yang semestinya tidak dilakukan. Demikian pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, kecuali dapat membuktikan dalam keadaan memaksa atau kesalahan yang dirugikan.

2. Prinsip tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of nonliability*).

Prinsip ini kebalikan dari prinsip praduga bertanggung jawab. Prinsip hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas. Tanggung jawab dapat diminta selama bukti kesalahan pelaku usaha dapat ditunjukkan kepada konsumen.

3. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Prinsip ini sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut. Namun, para ahli ada yang membedakan terminologi tersebut. Sebagian ahli mengatakan bahwa prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun di sini ada pengecualian untuk dibebaskan dari tanggung jawab. Sebaliknya, prinsip tanggung jawab absolut adalah prinsip yang menjawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian. Penerapan prinsip ini dalam masyarakat modern harus dipandang dari pertimbangan nilai sosial secara luas. Dengan kata lain, seseorang yang melakukan kegiatan atau usaha untuk memperoleh keuntungan harus menanggung risiko atas kegiatannya jika di kemudian hari terbukti ada kesalahan.

4. Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).

Prinsip ini berkaitan dengan upaya pelaku usaha untuk tidak bertanggung jawab terhadap hal-hal tertentu. Misalnya, seseorang yang mencantumkan klausula “kehilangan ditanggung oleh pemilik” atau “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Klausula ini dinamakan klausula baku. Fungsinya untuk menghapus tanggung jawab pelaku usaha. Klausula baku tersebut dilarang oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 18, khususnya ayat (1) huruf a, b, dan c serta ayat (2). Hal ini karena klausula yang ditetapkan pelaku usaha atau perjanjian yang dinyatakan batal demi hukum. Selain itu, pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang tersebut.

Larangan Bagi Pelaku Usaha

Larangan pelaku usaha adalah ketentuan atau peraturan yang diberlakukan untuk mengatur tindakan atau perilaku yang dilarang dan dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha mereka (Esther Masri, dkk, 2023). Sebagaimana diatur dalam Pasal 8 sampai Pasal 17 UUPK mengatur berbagai larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Larangan tersebut mencakup produksi dan distribusi barang yang tidak memenuhi standar, penyampaian informasi yang menyesatkan, praktik promosi yang tidak jujur, serta pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya praktik usaha yang dapat mengganggu terciptanya persaingan usaha yang sehat dan perlindungan konsumen yang optimal (Miru & Yodo, 2023).

Larangan-larangan tersebut juga mencerminkan penerapan prinsip kehati-hatian dalam kegiatan bisnis. Menurut Barkatullah (2019), keberadaan norma larangan berfungsi sebagai

instrumen preventif untuk menghindari kerugian yang mungkin dialami oleh konsumen sebelum sengketa terjadi. Larangan ini dapat berlaku baik dalam konteks Peraturan Perundang-undangan, peraturan pemerintah, maupun kode etik atau norma yang berlaku dalam industri atau sektor tertentu. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) telah ditetapkan beberapa larangan terhadap pelaku usaha yang menjalankan usaha di Indonesia. Adapun pokok-pokok yang dilarang menurut UUPK di Indonesia, antara lain:

1. Larangan sehubungan dengan memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 yaitu yang berbunyi:

Pasal 8: Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- f. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. 8) Tidak mengikuti ketentuan memproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
- h. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.
- i. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku;
 - 1) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

2. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut secara wajib menariknya dari peredaran. Larangan sehubungan dengan memasarkan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 9 sampai Pasal 16.

Pasal 9: Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru
- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu.
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu
- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Pasal 9 Ayat (2). Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan

Ayat (3) Pasal 9. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai, antara lain:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11. Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;



- b. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakan sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13 a. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

- b. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang masuk:

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.



3. Larangan yang secara khusus ditujukan kepada pelaku periklanan, sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 17 yang berbunyi:

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
4. Larangan sehubungan dengan penggunaan klausula baku diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 18, yaitu:

Larangan dengan penggunaan klausula baku dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 18 yang berbunyi: “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen
- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa.
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya.
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

- 3) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- 4) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
- 5) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini”.

Pembahasan

1. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan salah satu instrumen penting dalam mewujudkan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan ekonomi. Dalam sistem hukum Indonesia, pengaturan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Keberadaan pengaturan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berorientasi pada perlindungan hak-hak konsumen, tetapi juga memberikan kepastian hukum kepada pelaku usaha sebagai salah satu aktor utama dalam kegiatan perdagangan (Miru & Yodo, 2023).

Pelaku usaha merupakan setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pengaturan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dimaksudkan untuk menciptakan hubungan hukum yang seimbang, adil, dan bertanggung jawab antara pelaku usaha dan konsumen (Shidarta, 2022).

Pasal 6 UUPK memberikan sejumlah hak kepada pelaku usaha. Hak-hak tersebut meliputi hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan, hak memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, hak melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa konsumen, serta hak rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak disebabkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan. Hak-hak tersebut menunjukkan bahwa hukum perlindungan konsumen tidak hanya memihak kepada konsumen, tetapi juga memberikan jaminan perlindungan terhadap kepentingan pelaku usaha (Nasution, 2020).

Pada sisi lain, Pasal 7 UUPK mengatur berbagai kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Kewajiban tersebut antara lain beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa, memperlakukan konsumen secara benar dan tidak diskriminatif, menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang tertentu, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang timbul akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan.

Kewajiban-kewajiban tersebut mencerminkan penerapan prinsip good faith (itikad baik) dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Prinsip itikad baik merupakan prinsip fundamental dalam hukum perjanjian dan hukum perlindungan konsumen yang mengharuskan para pihak bertindak secara jujur, transparan, dan tidak merugikan pihak lain.



Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga wajib memperhatikan aspek tanggung jawab sosial dan hukum terhadap konsumen (Barkatullah, 2019).

2. Analisis Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha terhadap Konsumen

Tanggung jawab hukum pelaku usaha merupakan konsekuensi dari pelaksanaan hak dan kewajiban yang telah diatur dalam UUPK. Secara teoritis, konsep tanggung jawab hukum berangkat dari prinsip bahwa setiap pihak yang melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain wajib memberikan pemulihan atau ganti rugi atas kerugian tersebut. Dalam konteks perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha bertujuan untuk memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan bagi konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

Menurut Pasal 19 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang atau menggunakan jasa yang diperdagangkan. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa yang sejenis, perawatan kesehatan, atau pemberian santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Konsep tanggung jawab dalam UUPK pada dasarnya mengadopsi prinsip liability based on fault, yaitu tanggung jawab yang timbul karena adanya kesalahan pelaku usaha. Namun dalam praktik perlindungan konsumen modern, konsep tersebut berkembang menuju prinsip strict liability, yaitu tanggung jawab mutlak tanpa perlu dibuktikan adanya unsur kesalahan. Prinsip ini diterapkan untuk memberikan perlindungan yang lebih efektif kepada konsumen yang berada pada posisi lebih lemah dibandingkan pelaku usaha (Widjaja & Yani, 2021).

Menurut perspektif hukum perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha dapat dibedakan menjadi tiga bentuk. Pertama, tanggung jawab perdata yang diwujudkan melalui kewajiban membayar ganti rugi kepada konsumen. Kedua, tanggung jawab administratif berupa pencabutan izin usaha, penghentian kegiatan usaha, atau pemberian sanksi administratif lainnya oleh instansi yang berwenang. Ketiga, tanggung jawab pidana yang dapat dikenakan apabila pelaku usaha melakukan perbuatan yang secara tegas dilarang oleh UUPK dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Pemberian tanggung jawab kepada pelaku usaha memiliki fungsi represif sekaligus preventif. Fungsi represif terlihat melalui pemberian sanksi terhadap pelanggaran yang telah terjadi, sedangkan fungsi preventif bertujuan mendorong pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan barang atau jasa kepada masyarakat. Oleh karena itu, pengaturan tanggung jawab pelaku usaha merupakan instrumen penting dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif dan berkeadilan.

3. Larangan bagi Pelaku Usaha sebagai Instrumen Perlindungan Konsumen

Selain mengatur hak, kewajiban, dan tanggung jawab pelaku usaha, UUPK juga menetapkan berbagai larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Larangan tersebut dimaksudkan untuk mencegah praktik usaha yang tidak jujur, menyesatkan, atau merugikan konsumen. Pasal 8 sampai Pasal 17 UUPK mengatur berbagai bentuk larangan bagi pelaku usaha. Larangan tersebut antara lain memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan, memproduksi barang yang tidak sesuai dengan berat bersih atau isi bersih yang tercantum dalam label, memberikan informasi yang tidak benar mengenai kondisi barang atau

jasa, serta memperdagangkan barang yang telah rusak, cacat, atau bekas tanpa memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen.

Menurut konteks promosi dan periklanan, pelaku usaha juga dilarang membuat iklan yang mengandung informasi palsu, menyesatkan, atau tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Larangan ini sangat relevan dalam era digital karena perkembangan teknologi informasi telah memperluas ruang promosi melalui media sosial, marketplace, dan berbagai platform elektronik lainnya. Banyak kasus menunjukkan bahwa konsumen mengalami kerugian akibat iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga pengawasan terhadap aktivitas promosi menjadi semakin penting.

Larangan lainnya berkaitan dengan penggunaan klausula baku yang merugikan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 18 UUPK. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula yang mengalihkan tanggung jawab kepada konsumen, menolak pengembalian barang, atau memberikan kewenangan sepihak kepada pelaku usaha untuk mengubah isi perjanjian. Ketentuan ini bertujuan melindungi konsumen dari penyalahgunaan posisi dominan yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Secara normatif, larangan-larangan tersebut mencerminkan penerapan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Keberadaan norma larangan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penegakan hukum, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan budaya bisnis yang beretika dan bertanggung jawab. Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan konsumen sebagai pihak yang memiliki hak untuk memperoleh barang dan jasa yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan informasi yang diberikan.

4. Relevansi Pengaturan Hak, Kewajiban, Tanggung Jawab, dan Larangan Pelaku Usaha dalam Era Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi informasi dan perdagangan elektronik telah mengubah pola transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini banyak dilakukan melalui platform digital, marketplace, media sosial, dan aplikasi berbasis internet. Kondisi ini menciptakan tantangan baru dalam implementasi perlindungan konsumen. Melalui transaksi digital, konsumen sering menghadapi permasalahan berupa informasi produk yang tidak lengkap, identitas pelaku usaha yang tidak jelas, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, hingga penyalahgunaan data pribadi. Oleh karena itu, pengaturan hak, kewajiban, tanggung jawab, dan larangan pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UUPK menjadi semakin penting untuk menjamin kepastian hukum dan perlindungan konsumen. Pelaku usaha digital tetap berkewajiban memberikan informasi yang benar, menjaga keamanan transaksi, serta bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang terkandung dalam UUPK tetap relevan dan harus diimplementasikan secara adaptif sesuai perkembangan teknologi dan model bisnis digital.

KESIMPULAN

Pengaturan hak dan kewajiban, tanggung jawab serta larangan bagi pelaku usaha adalah bahwa peraturan ini dirancang untuk menciptakan keseimbangan antara kebebasan berusaha, perlindungan konsumen, dan persaingan usaha yang sehat. Hak pelaku usaha meliputi kebebasan menjalankan kegiatan ekonomi, mempromosikan produk, serta memperoleh perlindungan hukum dan kepastian



usaha. Pada sisi lain, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, menjaga kualitas produk, serta mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hak, kewajiban, tanggung jawab, dan larangan bagi pelaku usaha merupakan satu kesatuan instrumen hukum yang bertujuan menciptakan ekosistem perdagangan yang adil dan transparan. UUPK telah memberikan landasan normatif yang cukup kuat untuk menyeimbangkan kepentingan ekonomi pelaku usaha dengan hak keamanan konsumen. Namun, tantangan berupa rendahnya literasi hukum masyarakat dan lemahnya penegakan sanksi di lapangan masih menjadi hambatan utama. Dibutuhkan sinergi berkelanjutan antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga perlindungan konsumen untuk memastikan bahwa setiap transaksi perdagangan dilandasi oleh prinsip itikad baik dan tanggung jawab penuh demi tercapainya kesejahteraan nasional..

REFERENSI

- Republik Indonesia, (1999), Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jakarta: Lembaran Negara, 1999.
- Republik Indonesia, (1999), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta: Lembaran Negara, 1999
- Anak Agung Sagung Ngurah Indradewi, (2020). Hukum Perlindungan Konsumen (Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan Dan Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana), Denpasar: Udayana University Press.
- Arfina, J., Aslina, N., Addieningrum, F. M., & Andela, G. (n.d.). Analisis Hukum Kontrak , Perjanjian , dan Perikatan , dalam Praktik Utang - Piutang Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam Pend ahuluan. 1(1), 174–187
- Aslina, N., Addieningrum, F. M., Azhari, M. I., Rahmah, P., & Laila, A. (2025). Hak Konsumen yang Dirugikan dalam Periklanan Media. XX(Ii), 10–22.
- Atmoko, Dwi & Adhalia Septia Saputri, (2022). Hukum Perlindungan Konsumen, Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Azhari and Ruhmah, (2024). Analisis Qawaid Fiqhiyyah dalam Menghadapi Isu Kontemporer Hukum Ekonomi Syariah. Jurnal Addayyan: Vol. XIX, No. 2, 47~53
- Barkatullah, A. H. (2019). Hak-hak Konsumen. Bandung: Nusa Media.
- Beddu, M. J. (2023). Praktek Nikah Beda Agama di Indonesia Dalam Perspektif Islam. Al-‘Adalah: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam, 8(2), 330–343.
- Esther Masri, dkk, (2023). Hukum Perlindungan Konsumen, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Kusumadewi, Yessy, Grace Sharon, (2022). Hukum Perlindungan Konsumen Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Miru, A., & Yodo, S. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasution, A. (2020). Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar. Jakarta: Diadit Media.
- Rahmadi, (2011). Pengantar Metodologi Penelitian, Banjarmasin: Antasari Press.
- Sahir, Syafrida Hafni, (2021). Metodologi Penelitian, Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sari, Milya, Asmendri, (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA, Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA, 6 (1), 2020, 41-53.
- Shidarta. (2022). Hukum perlindungan konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo. (Edisi revisi).
- Team Teaching STAI Ibnu Sina Batam, (2023). Metode Penelitian Kualitatif, Kepeputakaan,



Kuantitatif dan Tindakan Kelas (Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi), Bantul: Lembaga Ladang Kata.

Widjaja, G., & Yani, A. (2021). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana..