



Liability of Business Actors to Consumers As a Result of Misinterpreting Advertisements

Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Salah Dalam Menafsirkan Iklan

Fiqri Rimanda¹⁾; Syarifudin²⁾; Sherly Nelsa Fitri^{3)*}

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Bengkulu, Indonesia

Email: ^{3*)} sherlynelsafitri@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [14 March 2023]

Revised [29 April 2023]

Accepted [20 May 2023]

KEYWORDS

Accountability, Advertising, Business Actor, Consumers

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Publikasi jelas merupakan mekanisme data untuk memajukan barang yang akan dikirimkan atau ditawarkan kepada masyarakat umum atau pembeli. Khusus untuk mendapatkan keuntungan yang akan diperoleh oleh pembuatnya, iklan ini diharapkan dapat memberikan data dan kemajuan yang akan membuat masyarakat/pelanggan tertarik untuk membeli barang-barang mereka. Penelitian ini menggunakan penelitian Hukum Normatif melalui bahan pustaka atau data sekunder dengan menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Dapat disimpulkan bahwa Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen adalah dengan memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

The publication is a data mechanism to promote goods to be delivered or offered to the general public or buyers. Specifically, to get the benefits that will be obtained by the maker, this advertisement is expected to provide data and progress that will make people interested in buying their goods. This research uses normative law research through library materials or secondary data by finding a rule of law, legal principles, and legal doctrines to answer the legal issues faced. The answer is that the responsibility of business actors for consumer losses is to provide compensation for damage, pollution, and consumer losses due to consumer goods and or services by the Consumer Protection Act.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, kebutuhan manusia juga semakin berkembang di segala bidang, termasuk kebutuhan untuk cepat dan mudah mencari orang-orang tertentu yang cukup sibuk sehingga berbelanja di tempat-tempat di siang hari bolong tidak terbayangkan (1). Dalam masa deregulasi di mana kemajuan tenaga kerja dan produk dapat memasuki semua negara secara terbuka, maka pada saat itu yang seharusnya terjadi adalah kontes langsung (2). Kontes yang adil adalah persaingan di mana pembeli dapat memilih tenaga kerja dan produk sebagai hasil dari konfirmasi nilai dengan biaya yang masuk akal. Berbelanja memainkan peran penting dalam kehidupan manusia saat ini, karena belanja online dianggap memudahkan orang untuk menyelesaikan latihan dan juga membantu mengatur biaya, ini harus terlihat dengan meningkatnya jumlah tujuan perdagangan online, baik dalam menjual perangkat keras, pakaian dan lebih jauh lagi kebutuhan sehari-hari yang lebih murah daripada biaya *took* (3).

Publikasi jelas merupakan mekanisme data untuk memajukan barang yang akan dikirimkan atau ditawarkan kepada masyarakat umum/pembeli. Khusus untuk mendapatkan keuntungan yang akan diperoleh oleh pembuatnya, iklan ini diharapkan dapat memberikan data dan kemajuan yang akan

membuat masyarakat/pelanggan tertarik untuk membeli barang-barang mereka (4). Terkadang data terlihat tidak jelas, dan menjamin kemajuan yang tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan di TV. Di Indonesia sendiri saat ini telah memiliki Peraturan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pengamanan Pelanggan, Peraturan Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Terlepas dari undang-undang tersebut, ada juga yang berkaitan dengan kebiasaan dan teknik promosi yang baik di Indonesia, khususnya sebagai seperangkat aturan dan kode moral bisnis (5)

Mempromosikan yang merupakan kendaraan data juga dapat menimbulkan masalah. Pembuat dan grosir tidak memikirkan masalah yang akan datang kepada mereka karena semua yang mereka pikirkan adalah mendapatkan keuntungan yang sangat besar. Pengaturan dalam Pasal 7 Peraturan No. 8 Tahun 1999 tentang Asuransi Pembeli mengatur tentang Larangan Pelaku Usaha yang berbunyi "Memberikan data yang benar, jelas dan sah mengenai keadaan dan jaminan barang dagangan/administrasi serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan". Meskipun Undang-Undang Keamanan Pembeli telah memberikan kendala sejauh hal itu ditolak untuk diingat untuk tayangan promosi. Akibatnya, untuk mengetahui apa tolak ukur untuk mempublikasikan dapat memutuskan untuk menipu atau tidak.

Akan bertanggung jawab atas apa yang diberikan oleh organisasi, pembuat dan penghibur bisnis. Jaminan Pembeli menyatakan bahwa kebebasan pelanggan adalah (6):

- a. Pilihan untuk kenyamanan, keamanan, dan kesejahteraan dalam mengkonsumsi barang dagangan atau keuntungan potensial;
- b. Pilihan untuk memilih barang dagangan dan keuntungan tambahan dan untuk mendapatkan produk tersebut atau kemungkinan keuntungan sesuai dengan skala konversi dan kondisi dan sertifikasi yang dijamin;
- c. Pilihan untuk mendapatkan data yang benar, jelas dan adil sehubungan dengan keadaan dan sertifikasi produk atau potensi manfaat;
- d. Pilihan agar pandangan dan protes mereka didengar tentang produk atau manfaat yang berpotensi dimanfaatkan;
- e. Pilihan untuk memperoleh promosi, asuransi, dan upaya yang sah untuk menentukan debat jaminan pembeli; pilihan untuk mendapatkan arahan dan instruksi pembelanja;
- f. Pilihan untuk ditangani atau dilayani secara akurat dan benar dan tidak merugikan;
- g. Pilihan untuk memperoleh bayaran, pembayaran atau kemungkinan penggantian, jika barang dagangan dan keuntungan tambahan yang diperoleh tidak sesuai dengan pengertian atau tidak sebagaimana mestinya;

Kasus asli dari Aulia, pengalaman yang Aulia rasakan saat membeli ponsel di situs jual beli berbasis web Lazada.com menceritakan bahwa pada 6 Desember 2021, dia meminta 1 unit ponsel merek Vivo 8gb, setelah tujuh hari tujuan itu berhasil. bahwa ada masalah dengan perangkat, tepatnya di segmen penerima, yang jika Anda menggunakannya untuk telepon Anda tidak mendengar apa-apa, maka, saat itu, Aulia menelepon lazada.com. Sejak saat itu ia didorong untuk menyelesaikan struktur pengembalian melalui email, kemudian mengisi dan memberi tahu Lazada tentang kerugiannya. Karena dalam membeli produk elektronik atau barang dagangan lain di web, pelaku bisnis dan pembeli tidak bertatap muka atau tidak bertatap muka dengan persetujuan untuk membeli sesuatu.

Sampai saat ini, isu-isu yang digambarkan di atas, menurut pembuatnya, menonjol dan belum melindungi kebebasan pembelanja, yang seharusnya menjadi kekhawatiran bagi para pelaku bisnis yang memperdagangkan produk elektronik di web, sehingga para pembuat tertarik untuk melacak jawaban atas pertanyaan tersebut masalah ini dengan penelitian berhak

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian Hukum Normatif dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi (8).



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Peraturan pembeli (keamanan) merupakan bagian lain dari peraturan yang belum bersifat umum. Sebagian besar instrumen dinaungi oleh peraturan yang tidak dikenal, namun dengan asumsi kita melihat peraturan positif yang sudah ada di Indonesia, kebetulan, lembaga-lembaga penting yang mendukungnya telah ada cukup lama yang dikenang untuk standar. peraturan. Regulasi asuransi pembeli lahir dari kesadaran masyarakat sebagai pelanggan akan kebutuhan untuk melindungi diri dari pelaku bisnis yang menjadikan pembeli sebagai objek pergerakan bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang paling ekstrim melalui tips waktu yang terbatas, strategi kesepakatan dan pemanfaatan pengaturan standar yang negatif bagi pembeli (9).

b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

1. Standar Keamanan Pembeli Mengingat Pasal 2 Peraturan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Jaminan Pelanggan yang disertai dengan klarifikasi, jaminan pembeli tergantung pada :

- a. Standar keuntungan direncanakan agar semua upaya dalam pelaksanaan keamanan pelanggan harus memberikan keuntungan yang paling ekstrim untuk kepentingan pembeli dan pengusaha secara keseluruhan.
- b. Standar pemerataan diharapkan agar investasi, semuanya setara, dapat diakui secara maksimal dan memberikan pintu terbuka yang berharga bagi pembeli dan pelaku bisnis untuk secara layak memperoleh kebebasan dan melakukan komitmennya.
- c. Standar keseimbangan diharapkan dapat memberikan keselarasan antara kepentingan pembeli, pelaku bisnis, dan otoritas publik dalam arti materiil atau mendalam.
- d. Standar kesejahteraan dan keamanan pembeli direncanakan untuk memberikan jaminan keamanan dan kesejahteraan kepada pelanggan dalam penggunaan, penggunaan, dan penggunaan barang dagangan serta manfaat tambahan yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Aturan jaminan yang sah direncanakan dengan tujuan agar pelaku bisnis dan pembeli tunduk pada hukum dan mendapatkan keadilan dalam pelaksanaan keamanan pelanggan, dan negara memastikan kepastian yang sah.

c. Tujuan Perlindungan Konsumen Berdasarkan Pasal 3 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen bertujuan (11) :

- a) Standar pemerataan diharapkan agar investasi, semuanya setara, dapat diakui secara maksimal dan memberikan pintu terbuka yang berharga bagi pembeli dan pelaku bisnis untuk secara layak memperoleh kebebasan dan melakukan komitmennya.
- b) Standar keseimbangan diharapkan dapat memberikan keselarasan antara kepentingan pembeli, pelaku bisnis, dan otoritas publik dalam arti materiil atau mendalam.
- c) Standar kesejahteraan dan keamanan pembeli direncanakan untuk memberikan jaminan keamanan dan kesejahteraan kepada pelanggan dalam penggunaan, penggunaan, dan penggunaan barang dagangan serta manfaat tambahan yang dikonsumsi atau digunakan.
- d) Aturan jaminan yang sah direncanakan dengan tujuan agar pelaku bisnis dan pembeli tunduk pada hukum dan mendapatkan keadilan dalam pelaksanaan keamanan pelanggan, dan negara memastikan kepastian yang sah.
- e) Mengembangkan keakraban dengan pengusaha bisnis tentang pentingnya jaminan pembeli sehingga sikap yang tulus dan mampu mengisi dalam menjalankan pekerjaan;
- f) Bekerja pada sifat barang dagangan dan manfaat tambahan yang menjamin koherensi masalah pengiriman produk atau potensi manfaat, kesejahteraan, keamanan, dan kesejahteraan pembeli.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Periklanan yang Menyesatkan di Media Massa

a. Macam-Macam Tanggung Jawab

1) Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha

Sebagaimana ditunjukkan oleh acuan Kata Besar Bahasa Indonesia, tanggung jawab terdiri dari dua kata, khususnya kata "kewajiban dan kewajiban" bila digabungkan berarti keadaan wajib menanggung segala sesuatu (apabila terjadi sesuatu dapat dituntut, dituduh, sued, dan lain-lain) dalam

hal dua kata tersebut ditambahkan awalan per dan postfix -an, setelah penambahan prefiks dan postfix sebelumnya, itu berubah menjadi ekspresi kewajiban.

Sesuai Machtum dari Majalah Gatra dalam Silaturahmi Gugus Gramedia tentang Peraturan Penerbitan pada tanggal 4 September 1995 di BPHN (Organisasi Pemberdayaan Masyarakat Legitimasi) Jakarta, mengenai kewajiban tentang materi promosi, harus ada beberapa dan beberapa kewajiban, artinya orang-orang yang membuat, menyampaikan dan menghimpun (mensponsori, memajukan organisasi, dan media publikasi) bergantung pada Peraturan Pers Nomor 40 Tahun 1999 yang mengatur tentang larangan mendirikan organisasi publikasi, yang termuat dalam Pasal 13 sebagaimana dimaksud dalam bagian yang lalu.

Mengenai kewajiban publikasi memang tidak diungkapkan, namun dalam kerangka Pasal 12 Peraturan Pers itu disebutkan bahwa yang memegang kendali adalah yang menguasai yang meliputi bidang usaha dan publikasi. Pasal 12 menyatakan bahwa organisasi pers wajib mengumumkan secara terbuka nama, alamat, dan orang yang dikuasanya melalui media yang bersangkutan (12).

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen

Kewajiban para pelaku bisnis ini penting untuk komitmen yang memperketat latihan mereka dalam menjalankan pekerjaan. Yang dimaksud dengan risiko Produk (item obligation). "Kewajiban barang adalah kewajiban yang sah dari seorang atau unsur yang menciptakan suatu barang (pembuat, produsen) dari seseorang atau substansi suatu barang (pengolah, agen pembangun) atau mengedarkan (pedagang, pedagang besar) barang tersebut (13).

Penghibur bisnis yang diharapkan bertanggung jawab atas efek samping dari bisnis mereka adalah penghibur bisnis yang menyelesaikan latihan berikut:

1. Menghasilkan hasil akhir, termasuk memberikan.
2. Cantumkan nama, merek, atau tanda lain pada barang tersebut tanpa menunjukkan bahwa itu adalah penghibur bisnis.
3. Memasukkan barang ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
4. Barang dagangan yang beredar yang karakter pelaku bisnisnya tidak jelas, baik barang buatan dalam negeri maupun pengirim barang yang kepribadiannya tidak memuaskan.
5. Administrasi penjualan seperti membuat penginapan atau membangun kondominium.
6. Menjual administrasi dengan menyewakan alat angkut atau alat berat.

Adapun alasan pemaksaan kewajiban pelaku usaha kepada pembeli adalah: Adanya Kelalaian merupakan suatu cara berperilaku yang tidak sesuai dengan norma petunjuk yang ditentukan oleh peraturan dan adanya kewajiban perawatan (komitmen untuk benar-benar fokus pada kepentingan orang lain). Standar kewajiban langsung (Risiko ketat) tidak meneliti ada atau tidaknya kesalahan, tetapi pengusaha bisnis bertanggung jawab langsung atas kerugian yang disebabkan oleh barang yang rusak. Pelaku bisnis dipandang mampu jika terjadi kemalangan bagi pembeli karena memakan suatu barang dan karenanya pelaku bisnis harus menebus kemalangan tersebut.

Dalam Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha terhadap kemalangan pembelanja adalah sebagai berikut:

1. Pelaku bisnis bertanggung jawab untuk memberikan imbalan atas kerugian, pencemaran, atau kemungkinan kerugian pembeli karena mengonsumsi produk dan layanan yang dibuat atau ditukar.
2. Pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa potongan harga atau substitusi produk serta administrasi dengan nilai yang sebanding atau identik, atau perawatan medis atau berpotensi pengaturan remunerasi sesuai dengan pengaturan peraturan yang relevan dan pedoman.
3. Pembayaran diberikan dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal penukaran.

Bahwa sebenarnya Pelaku Usaha telah merugikan Konsumen diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang pada pokoknya menyatakan bahwa bobot dan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan upah dapat berupa:

- a. Potongan harga;
- b. Substitusi barang dagangan atau administrasi yang berpotensi senilai atau sebanding;
- c. Perawatan medis; dan
- d. Remunerasi.



1. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Secara Perdata

Sebagai aturan, tuntutan remunerasi yang dialami pembeli karena penggunaan barang, baik sebagai kemalangan materi, fisik atau mental, dapat didasarkan pada beberapa pengaturan yang diacu, yang secara keseluruhan hanya ada dua klasifikasi, yaitu jaminan bayar di tempat. ringan dari default dan kasus untuk membayar mengingat demonstrasi yang melanggar hukum (14).

Ini adalah jenis risiko yang dapat dituntut pada pelaku bisnis secara umum dengan asumsi terbukti bahwa ia telah menyebabkan kerugian pada pembeli.

2. Tuntutan Ganti Kerugian Berdasarkan Wanprestasi

Gaji yang diperoleh karena wanprestasi adalah konsekuensi dari tidak terpenuhinya komitmen utama atau komitmen ekstra sebagai komitmen untuk pencapaian utama atau komitmen tambahan sebagai komitmen untuk pencapaian mendasar atau komitmen jaminan/jaminan dalam pemahaman (15). Jenis-jenis default ini dapat berupa:

- 1) Tidak melakukan apa yang dijaminnya;
- 2) Melaksanakan apa yang dijaminnya, namun sekaligus tidak seperti yang dijamin;
- 3) Melakukan apa yang dia jamin namun melewati titik tidak bisa kembali;
- 4) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan (16).

Akomodasi suatu tuntutan karena wanprestasi dapat menggunakan premis Pasal 1243 KUHPerdara yang membaca:

Membayar biaya, kemalangan, dan bunga karena tidak terpenuhinya suatu komitmen, kemudian menjadi kewajiban dengan asumsi peminjam, setelah dinyatakan lalai dalam memenuhi komitmennya, tetap mengabaikannya atau sebaliknya menganggap sesuatu yang seharusnya dilakukan. diberikan atau dibuat, harus diberikan atau dibuat di dalam slip waktu. Yang telah dia jamin dengan alasan bahwa dia ceroboh. Dengan cara ini, untuk memutuskan kapan seseorang telah mengingkari komitmennya, cenderung dilihat dari item dalam pengaturan.

Dalam hal terjadi wanprestasi pelaku usaha, maka kewajiban menjadi kewajiban pelaku usaha yang bersangkutan. Untuk mencatat klaim berdasarkan wanprestasi ini, orang yang bersangkutan (pelanggan yang menggunakan barang tersebut) harus menunjukkan bahwa fakta-fakta tersebut benar-benar menegaskan bahwa telah terjadi suatu komitmen yang lahir dari kesepakatan antara dirinya dan pengusaha yang bersangkutan, untuk situasi ini PT. Nissan Motor Indonesia.

3. Tuntutan Ganti Kerugian Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum

Pengaturan untuk demonstrasi yang tidak sah diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata yang membaca:

Setiap demonstrasi yang tidak halal yang menyakiti orang lain, mewajibkan orang yang karena kekurangannya membagi-bagikan kemalangan, untuk mengganti kemalangan itu.

Dari pada kasus remunerasi berdasarkan pemahaman yang lahir dari pemahaman (karena wanprestasi), kasus pembayaran karena demonstrasi yang melanggar hukum tidak perlu bersusah payah diselesaikan terlebih dahulu dengan pemahaman antara pembuat dan pembeli, sehingga kasus pembayaran dapat dilakukan oleh masing-masing pihak yang dirugikan. meskipun pada kenyataannya tidak pernah ada kesepakatan antara pembuat dan pelanggan. Dengan cara ini, orang luar dapat menjamin remunerasi.

Untuk memiliki pilihan untuk menjamin remunerasi, kemalangan harus menjadi efek samping dari demonstrasi yang melanggar hukum. Hal ini bermaksud bahwa untuk memiliki pilihan untuk menjamin remunerasi sehubungan dengan demonstrasi yang melanggar hukum, komponen-komponen yang menyertainya harus dipenuhi:

1) Perbuatan itu harus melawan hukum;

Demonstrasi mengabaikan hukum saat ini bukan sekadar pelanggaran hukum, namun demonstrasi mengabaikan hukum dapat berupa:

- a) Melanggar hak orang lain;
- b) Bertentangan dengan komitmen yang sah dari pencipta;
- c) Bertentangan dengan keadilan yang besar;

- d) Bertentangan dengan mentalitas kewaspadaan yang harus diperhatikan dalam beriklan dengan barang-barang diri sendiri atau orang lain.

2) Ada Kerugian;

Blombergen menyatakan bahwa ketika kita membahas kemalangan, pemahaman yang substansial dan emosional dapat dipertimbangkan, khususnya kemalangan asli yang dialami oleh individu yang dirugikan, yang mempertimbangkan apa yang terjadi dengan kondisi abstrak individu yang bersangkutan. Selain itu, kita juga dapat berpikir dengan tenang, di mana kita menarik diri sepenuhnya atau sebagian besar dari keadaan substansial orang yang dirugikan dan bergerak ke arah tujuan umum.

Remunerasi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya memasukkan diskon atau penggantian produk/administrasi sejenis Blombergen menyatakan bahwa ketika kita membahas kemalangan, pemahaman yang substansial dan emosional dapat dipertimbangkan, untuk lebih spesifik kemalangan asli yang dialami oleh individu yang dirugikan, yang mempertimbangkan apa yang terjadi dengan kondisi abstrak individu yang bersangkutan. Selain itu, kita juga dapat berpikir dengan tenang, di mana kita menarik diri sepenuhnya atau sebagian besar dari keadaan substansial orang yang dirugikan dan bergerak ke arah tujuan umum.

Remunerasi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya mencakup diskon atau substitusi produk/administrasi sejenis atau identik nilainya, atau layanan medis serta pengaturan pembayaran sesuai peraturan dan pedoman terkait. Ini menyiratkan bahwa bayaran yang dianut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah pembayaran emosional atau identik nilainya, atau layanan medis serta pengaturan pembayaran sesuai dengan peraturan dan pedoman yang relevan. Ini menyiratkan bahwa bayaran yang dianut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah pembayaran emosional (19).

3) Ada Hubungan Sebab Akibat (Kausal)

Penyusunan kausalitas sangat penting untuk melihat adanya hubungan kausal antara demonstrasi yang melanggar hukum dan kemalangan yang ditimbulkan, dengan tujuan agar pelakunya dapat dianggap bertanggung jawab. Hipotesis utama kausalitas adalah ajaran Von Buri, lebih tepatnya hipotesis *conditio sine qua non* yang menyiratkan bahwa syarat mutlak munculnya suatu dampak adalah menjadi penyebab sesuatu yang terlalu ekspansif sehingga tidak dimanfaatkan dalam peraturan umum atau pidana (20).

4) Ada kesalahan (schuld)

Istilah kesalahan (*schuld*) juga digunakan dalam perasaan kecerobohan (*onachtzaamheid*) daripada tujuan. Kesalahan (*schuld*) menggabungkan kecerobohan dan kesengajaan. Selanjutnya, ide kesalahan memasukkan dua hal, yaitu blunder spesifik dalam arti luas dan blunder dalam arti sempit. Blunder dari perspektif yang luas ketika ada kecerobohan dan kesengajaan. Sedangkan blunder dalam arti sempit hanyalah kesengajaan.

Jika unsur-unsur demonstrasi yang melanggar hukum dari seorang penghibur bisnis, di sini harus dipenuhi dan dapat dipertunjukkan. Dalam lingkup UU Perlindungan Konsumen, pelaku bisnis untuk situasi ini PT. Nissan Motor Indonesia bertanggung jawab untuk membayar kerugian pembeli karena membeli kendaraan Nissan March. Dalam hal tidak terpenuhinya pengaturan default atau demonstrasi yang melanggar hukum, sangat baik dapat dituntut untuk remunerasi. Memutuskan berapa banyak bayaran bukanlah sesuatu yang dapat dengan mudah diketahui, karena itu harus ditunjukkan.

Sebagaimana dimaklumi pada segmen sebelumnya, untuk memutuskan kemalangan karena wanprestasi dan demonstrasi yang melanggar hukum dalam suatu bursa, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur jenis pembayarannya. Jenis balas jasa menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat berupa: Pertama, potongan angsuran awal atau lebih lanjut penggantian barang dagangan serta administrasi yang sebanding atau sama nilainya dan ketiga perawatan kesehatan atau berpotensi pengaturan pembayaran sebagai sesuai dengan pengaturan pedoman yang relevan (21).



Sebagai aturan, bayaran yang diberikan atau dijamin oleh pihak yang mengalami musibah umumnya berupa uang tunai. Berapa banyak pengeluaran atau uang tunai yang diminta dapat diselesaikan dengan mempertimbangkan kualitas peraturan. Hukum dapat memutuskan ukuran paling ekstrim dari dakwaan yang diberikan atau dengan mempertimbangkan pilihan hakim dengan terus-menerus memperhatikan keadaan kemalangan yang muncul dari kekurangan atau kecerobohan salah satu pertemuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian dan Pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis menyimpulkan Bahwa Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Karena Pengaruh salah menafsirkan iklan yaitu :Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen adalah dengan memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Pembayaran pengganti kerugian merupakan tanggung jawab paling utama dari pelaku usaha, ganti kerugian menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat berupa: pengembalian uang, penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan dan perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia yaitu:

- a. Telah dikeluarkannya peraturan yang bertujuan untuk menjamin hak-hak konsumen.
- b. Penegakkan peraturan melalui sanksi hukum perdata sehingga terpenuhinya hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rambu Konsumen, Belanja Online, Lembaga Konsumen Jakarta, Vol. 6, Maret- April, Piramedia, Jakarta, 2006 hlm. 5
- [2] In Re Solis, 356 B. 98, Jurnal West Law, 2006, hlm.1
- [3] Wahana, Apa Dan Bagaimana E- Commerce, Andi Publisher, Jakarta, hlm. 24.
- [4] <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/26870> Di akses pada tanggal 27 Februari 2022 pukul 19.34
- [5] Ibid.
- [6] Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- [7] Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat, PT. Jakarta :Raja Grafindo Persada, 2003, hal. 13
- [8] Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Jakarta,:Kencana Prenada, 2010, hal. 35
- [9] Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, PT. Granmedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 12.
- [10] Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan penjelasannya.
- [11] Ibid pasal 3 dan penjelasannya
- [12] Transkrip Rapat Tim Naskah Akademis Peraturan Perundang-Undangan tentang Periklanan, BPHN, Jakarta, 2000. hlm 15
- [13] Happy Susanto, Op. Cit. hlm 37
- [14] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm 127
- [15] Ibid, hal. 128
- [16] Prof. Subekti, Hukum Perjanjian, cet. 19, PT. Intermedia, Jakarta, 2002, hlm. 45.
- [17] Ibid, hlm 130
- [18] Ibid, hlm 134
- [19] Ibid, hlm 136
- [20] M.A. Moegni Djodiharjo, Perbuatan Melawan Hukum, Pradnya Paramitha, Jakarta. 1979, hlm. 190

[21] Pasal 19 UUPK Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen