

## **PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN SHOWROOM DALAM PEMBELIAN MOBIL BEKAS YANG TIDAK SESUAI DENGAN KONDISI YANG DINYATAKAN DALAM IKLAN**

**Desak Gde Dwi Arini**

Fakultas Hukum Universitas Marwadewa

### **Abstrak**

Perlindungan hukum konsumen showroom mobil bekas dalam hal ini diberlakukan baik terhadap barang atau jasa sejenis maupun yang tidak sejenis. Perlindungan bagi merek mobil bekas ini meliputi semua jenis barang atau jasa, sehingga peniruan merek terkenal milik orang lain pada dasarnya dilandasi oleh “itikad tidak baik” dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan membongceng keterkenalan suatu merek orang lain sehingga tidak selayaknya mendapatkan perlindungan hukum. Adapun type penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian hukum normatif, dengan sumber bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang terkait serta sumber bahan hukum sekunder berupa konsep-konsep mengambil dari literatur dan jurnal. Dari hal tersebut bisa diketahui bahwa perlindungan hukum konsumen showroom pada pembelian mobil bekas dapat dilakukan dengan mengadakan pengikatan perjanjian kredit antara konsumen dan pihak showroom agar hak dan kewajiban para pihak jelas kepastian hukumnya.

Upaya penyelesaian yang dilakukan untuk melindungi konsumen showroom mobil bekas yang kondisinya tidak sesuai dengan yang ada dalam iklan adalah menerapkan upaya hukum preventif, artinya pada saat membuat perjanjian kredit harus dijelaskan oleh pihak showroom tentang hak, kewajiban dan sanksi ketika konsumen ingkar janji (wanprestasi) serta menerapkan upaya hukum represif artinya apabila ditemukan adanya pelanggaran perjanjian (wanprestasi) maka perusahaan showroom harus menerapkan sanksi yang disepakati dalam perjanjian kredit kepada konsumen. Demikian pula apabila terjadi wanprestasi dilakukan oleh perusahaan showroom, penerapan sanksi hukum terhadap produsen/pelaku usaha showroom mobil bekas yang terbukti melakukan pelanggaran, membayar ganti rugi kepada konsumen sebatas kerusakan mobil yang dibeli, serta pemberhentian produksi untuk sementara waktu sampai masalah terkait diatasi, dan pencabutan izin produksi atau izin usaha.

**Kata Kunci :** Perlindungan Hukum, Konsumen, Showroom, Mobil Bekas

### **Abstract**

*Legal protection for consumers of used car showrooms, in this case, applies both to goods and services of the the same and different types. Protection for used car brands includes protection of all types of goods or services, thus imitation of a well-known brand, owned by someone else, is basically based on "bad faith" with the aim of making a profit by utilizing the fame of someone else's brand and such actions do not obtain protection from the law. The design used in this study is the design of normative law study. There are two types of legal materials used as data*

*of the study, namely primary legal material in the form of related laws and regulations and secondary legal material in the form of concepts obtained from literature and journals. The findings show that legal protection toward consumer of showrooms in purchasing used cars is manifested in making binding credit agreements between consumers and showroom owners to clarify and guarantee legal certainty regarding the rights and obligations of each party.*

*The settlement carried out to protect the consumers in purchasing used cars, whose conditions are not in accordance with those in the advertisements of showrooms, is to implement preventive and repressive methods. In other words, preventive method, when making a loan agreement, rights, obligations and sanctions when a consumer breaks a promise (default) must be explained by the showroom. With repressive methods, if a breach of agreement is found (default), the showroom company must apply the sanctions agreed upon in the credit agreement to the consumer. Likewise, if default is carried out by a showroom company, the application of legal sanctions against used car manufacturers/business showrooms that have been proven to have committed violations must be realised, including by asking them to pay compensation to the consumers with the amount that is in accordance with the damage to the car purchased. In addition, the termination of production or sales - temporarily until the problems that occur are resolved - is enforced, apart from the revocation of production licenses or business licenses which shall also be executed.*

**Keywords:** *Legal protection, Consumer, Showroom, Used Car*

## **A. PENDAHULUAN**

Sesuai Penjelasan Umum Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), faktor utama penyebab eksploitasi terhadap konsumen adalah rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya. Hal tersebut disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen, konsumen tidak menyadari dan mengerti akan hak-haknya sebagai konsumen. Selain itu faktor tersebut, konsumen tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi<sup>1</sup>

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal dipandang sangat penting, mengingat semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut akhirnya baik langsung maupun tidak langsung perlu adanya upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 3

<sup>2</sup> Husni Syawali dan Neni Imaniyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2000), h.33.

Dengan adanya UUPK diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia dapat lebih ditingkatkan sehingga konsumen kedudukannya tidak selalu di posisi lemah dan pelaku usaha juga dapat lebih meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu akumulasi berbagai kondisi dan faktor di atas, mengakibatkan pembeli mobil bekas melalui iklan di kalangan masyarakat dewasa ini sangat rawan dan rentan terhadap ketidaksesuaian iklan. Sejauh ini belum ada pihak yang merasa paling bertanggung jawab sehingga seharusnya semua pihak duduk bersama dan membicarakan masalah ini secara terpadu dan mengambil langkah-langkah komprehensif. Hendaknya nyawa manusia Indonesia jangan dihargai secara murahan. Sebagai konsumen tentunya berkepentingan akan perlindungan hukum sehubungan dengan kualitas maupun kuantitas barang/jasa. Sebuah kenyataan bahwa konsumen menduduki posisi yang sangat penting dalam kelangsungan roda perekonomian, namun sangat disayangkan bahwa kedudukan konsumen justru berada di posisi lemah.

Dengan pertimbangan yang telah terjadi pelanggaran hak-hak konsumen pembeli mobil bekas melalui iklan di Showroom, maka pemerintah wajib memberikan perlindungan hukum terhadap mereka yang telah dilanggar hak-haknya. Sebaliknya, banyak larangan yang telah diabaikan oleh pelaku usaha, karena itu pemerintah wajib memberikan sanksi hukum yang sepadan dengan jenis pelanggaran yang telah dilakukan pelaku usaha itu sesuai dengan ketentuan dalam UUPK.

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut di atas, maka ditetapkan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu: bagaimanakah perlindungan hukum konsumen mobil bekas berdasarkan UUPK, dan bagaimanakah upaya penyelesaian jual beli mobil bekas yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam iklan.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis undang-undang dan literatur yang relevan dengan isu dalam penelitian. Dua undang-undang yang memiliki relevansi dengan isu penelitian adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dan UUPK sedangkan literatur meliputi buku teks, artikel jurnal, dan laporan-laporan penelitian yang berhubungan dengan isu perlindungan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Dua pendekatan ini digunakan untuk mengkaji aturan-aturan hukum yang berlaku dan sejauh mana penerapan aturan hukum tersebut dalam melindungi konsumen showroom mobil bekas dalam pembelian mobil yang tidak sesuai dengan kondisi yang dinyatakan dalam iklan. Sumber bahan

hukum yang digunakan meliputi sumber hukum primer terdiri atas UUPK dan UUPT dan sumber hukum sekunder berupa kepustakaan terdiri atas buku-buku dan jurnal.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Perlindungan Hukum Konsumen Mobil Bekas Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung pada dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen tidak mungkin pelaku usaha dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dan sebaliknya kebutuhan konsumen sangat tergantung dari hasil produksi pelaku usaha.

“Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran hingga penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan hukum yang mempunyai akibat hukum, baik terhadap semua pihak maupun hanya kepada pihak tertentu saja”.<sup>3</sup>

Tiap perbuatan melanggar hukum yang menyebutkan kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.<sup>4</sup>

Dari ketentuan diatas, maka bagi konsumen yang dirugikan karena mengkonsumsi suatu produk tertentu, tidak perlu harus terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa produsen melakukan perbuatan melanggar hukum, dan dasar tanggung gugat pelaku usaha adalah tanggung gugat yang didasarkan pada adanya kesalahan pelaku usaha.

Dalam Pasal 4 UUPK ditentukan sejumlah hak konsumen yang mendapat jaminan dan perlindungan hukum yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa, berhak memilih barang dan atau jasa sesuai dengan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan /jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan, hak mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, dan hak mendapatkan kompensasi ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

<sup>3</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen* (Bandung: Nusa Media, 2010), h.14.

<sup>4</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 36.

Dalam pasal 5 UUPK mengatur sejumlah kewajiban konsumen yaitu membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, dan mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Selain adanya hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, ada juga tanggung jawab yang harus dipikulnya. Tanggung jawab tersebut merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha. Tanggung jawab ini juga disebut dengan istilah *product liability* (tanggung gugat produk). *Product Liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang/badan yang menghasilkan suatu produk (*producer/manufacturer*), dari orang/badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*) atau mendistribusikan (*seller/distributor*) produk tersebut”.<sup>5</sup>

Penerapan konsep produk *liability* ternyata tidak mudah, sebab dalam sistem pertanggung jawaban secara konvensional, tanggung gugat produk didasarkan adanya wanpretasi (*default*) dan perbuatan melawan hukum (*fault*).

Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, konsumen yang menderita kerugian akibat produk barang/jasa yang cacat bisa menuntut pihak produsen (pelaku usaha) secara langsung. Tuntutan tersebut didasarkan pada kondisi telah terjadi perbuatan melawan hukum. Atau dengan kata lain, konsumen harus membuktikan terlebih dahulu kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>6</sup>

Oleh karena itu, diperlukan adanya penerapan konsep *strict liability* (tanggung jawab mutlak) yaitu bahwa produsen seketika itu juga harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen. Jika dicermati sebenarnya UU Perlindungan Konsumen mengadopsi konsep *strict liability* karena selain dalam pasal 19 ayat (1), pada pasal 28 ditentukan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur dalam gugatan ganti-rugi, sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22, dan pasal 23, merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha (Hj. Toto Tahir, 2000 : 39)

Di Indonesia cacat produk atau produk yang cacat didefinisikan sebagai : Setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam proses maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda mereka dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, h. 46

<sup>6</sup> HJ. Toto Tahir, *Tanggung Jawab Produksi Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Balai Pustaka, 2000), h.39.

orang”<sup>7</sup>

Jual beli merupakan perbuatan yang paling sering dilakukan oleh setiap orang, baik itu jual beli dalam skala kecil maupun skala besar. Namun, tidak semua transaksi jual beli ini dilakukan secara benar. Terkadang terdapat penjual yang bertikad buruk sehingga menjual barang yang terdapat cacat tersembunyi demi mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara umum cacat tersembunyi dapat diartikan sebagai suatu cacat yang tidak diketahui pada saat jual beli dilakukan, yang apabila diketahui dapat membatalkan pembelian ataupun harga yang ditawarkan berkurang. Hal ini sebenarnya sering kita alami, namun untuk jual beli dalam skala kecil, meskipun terdapat cacat tersembunyi dalam barang yang dijual, biasanya sebagian besar pembeli hanya merelakan saja barangnya, mungkin karena nilai barang yang lebih kecil dibandingkan dengan usaha yang diperlukan untuk menuntut ganti rugi. Kondisi yang berbeda apabila kita melakukan jual beli dalam skala besar yang nilai transaksinya cukup besar, seperti jual beli kendaraan, *furniture*, dan sebagainya. Namun sekali lagi, tidak semua barang memiliki kualitas yang baik, terdapat beberapa barang yang ternyata memiliki cacat tersembunyi.

Selain dari KUH Perdata, cacat tersembunyi juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam UUPK ini kembali dikenalkan prinsip “*Product Liability*” atau tanggung jawab produk, dimana produsen bertanggung jawab untuk barang yang dibuatnya yang menimbulkan kerugian akibat dari cacat pada barang tersebut. Dalam Pasal 8 UUPK juga disebutkan bahwa “pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi. Dengan aturan-aturan tersebut, sudah jelas bahwa penjual memiliki tanggung jawab untuk setiap cacat tersembunyi yang ada pada barangnya. Namun sering kali penjual berdalih dengan memasang ketentuan bahwa “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan atau ditukar”.

Salah satu faktor untuk menegakkan hak-hak konsumen itu adalah upaya untuk menumbuhkan sikap dan perilaku konsumen itu sendiri, sehingga menjadi konsumen yang bertanggung jawab, yaitu konsumen yang sadar akan hak-haknya sebagai konsumen.

Kerugian yang dialami oleh konsumen akibat produk barang yang cacat diatur dalam ketentuan Pasal 1367 KUH Perdata. Kerugian yang dapat diderita konsumen sebagai akibat dari pemakaian barang-barang konsumsi itu dapat diklasifikasikan ke dalam :Kerugian materiil, yaitu berupa kerugian pada barang-barang yang dibeli, dan kerugian immaterial, yaitu kerugian yang membahayakan

---

<sup>7</sup> Nasution AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Daya Widya, 1999), h. 94.

kesehatan dan/atau jiwa konsumen.

### **1.2 Upaya Penyelesaian Jual Beli Mobil Bekas pada Perusahaan Showroom yang Tidak Sesuai dengan yang Dinyatakan dalam Iklan**

Menurut Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen yang merasa dirugikan dapat menuntut secara langsung penggantian kerugian pada produsen, dan produsen harus memberi tanggapan dan/atau penyelesaian dalam jangka waktu tujuh hari setelah transaksi berlangsung. Kerugian yang dapat dituntut, sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdiri dari kerugian karena kerusakan, pencemaran, dan kerugian lain akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Bentuk penggantian kerugiannya dapat berupa :Pengembalian uang seharga pembelian barang dan/atau jasa; penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya; dan perawatan kesehatan; serta pemberian santunan yang sesuai.

Pilihan bentuk penggantian kerugian bergantung pada kerugian yang sungguh-sungguh diderita oleh konsumen. Bagi konsumen yang dirugikan akibat mengkonsumsi produk jasa yang dapat merugikan dan membahayakan kesehatan, konsumen yang bersangkutan dapat mengajukan gugatan ke pengadilan untuk memperoleh keadilan atas hak-hak yang telah dilanggar oleh produsen. Dalam pengajuan gugatan ke pengadilan diberlakukan hukum acara perdata, dimana berlaku asas hakim bersifat menunggu atau pasif, artinya bahwa inisiatif berperkara datang dari pihak-pihak yang berkepentingan.

Pada gugatan penggantian kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum, konsumen penggugat harus membuktikan bahwa produsen tergugat telah bersalah melakukan sesuatu sehingga menimbulkan kerugian pada konsumen penggugat. Pembuktian tentang adanya kesalahan itu mutlak dilakukan karena dasar pertanggung-jawaban disini adalah kesalahan. Dalam Pasal 28 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti kerugian merupakan beban atau tanggung jawab pelaku usaha (produsen). Ini disebut dengan prinsip *strict liability* atau tanggung jawab mutlak. Namun, yang dibuktikan oleh produsen tergugat seharusnya dibatasi, yaitu bahwa produsen tergugat hanya membuktikan bahwa ia telah melakukan segala sesuatu yang berkaitan dengan pengamanan proses produksi sehingga menghasilkan produk yang baik dan sehat dan membuktikan bahwa ia tidak pantas dibebani tanggung jawab atas kerugian yang terjadi sebagai risikonya.

Dari hasil penelitian pada perusahaan showroom tgl 15 agustus 2018 dengan pemilik showroom PT.Putra Dewata Motor, ketika konsumen dirugikan akibat membeli mobil bekas yang tidak sesuai dengan yang ada dalam iklan dan tidak sesuai dengan perjanjian dapat melakukan beberapa upaya untuk

memperoleh keadilan diantaranya sebagai tindakan awal dalam perjanjian kredit dilakukan tindakan preventif yaitu tindakan yang diambil untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko yang terjadi yaitu dengan memberikan pemahaman kepada konsumen tentang klausula perjanjian yang telah disepakati, disamping tindakan preventif juga melakukan tindakan represif yaitu berupa tindakan aktif apabila terjadi pelanggaran klausula perjanjian kredit maka dilakukan penerapan sanksi sesuai perjanjian berupa denda dan pembatalan perjanjian, demikian juga sebaliknya apabila perusahaan showroom terbukti melakukan kesalahan yang menyebabkan konsumen dirugikan wajib membayar ganti rugi sebatas kerusakan mobil yang dibeli konsumen.

Dengan demikian, konsumen yang dirugikan akibat membeli mobil bekas yang tidak sesuai dengan iklan dapat melakukan beberapa upaya disamping sebagai tindakan awal upaya preventif dan represif, dan untuk memperoleh keadilan diantaranya: melakukan pengaduan ke lembaga-lembaga perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa diluar pengadilan, dan penyelesaian sengketa melalui pengadilan.

## **D. KESIMPULAN**

### **1.1 Kesimpulan**

1. Perlindungan hukum konsumen showroom mobil bekas menurut UUPK, secara prinsip pengikatan jual beli diatur dalam perjanjian kredit antara konsumen dan pelaku usaha showroom, klausula perjanjian isinya tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab para pihak pada dasarnya tidak boleh bertentangan dengan aturan yang telah diatur dalam UUPK.
2. Upaya penyelesaian jual beli konsumen showroom mobil bekas yang tidak sesuai dengan iklan dilakukan dengan penerapan awal berupa tindakan preventif yaitu tindakan yang diambil untuk mengurangi kemungkinan terjadi risiko dalam hal ini memberikan pemahaman kepada konsumen tentang klausula perjanjian kredit yang ditandatangani para pihak. Selain tindakan preventif dilakukan pula tindakan represif yaitu tindakan aktif yang dilakukan perusahaan showroom apabila terjadi pelanggaran disebabkan kelalaian konsumen maka penerapan sanksi dalam bentuk denda, kemudian terjadi pembatalan perjanjian. Dan apabila pihak showroom terbukti membuat kerugian konsumen wajib membayar ganti rugi sebatas kerugian yang dialami konsumen dalam hal ini sebatas kerusakan yang dialami konsumen, serta pemberhentian pemasaran untuk sementara waktu sampai masalah terkait diatasi dan pencabutan izin produksi atau izin usaha.

### **1.2 Saran**

1. Bagi pelaku usaha showroom mobil bekas hendaknya tidak mengabaikan keselamatan konsumen demi memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Perilaku pelaku usaha yang tentu sangat merugikan konsumen, disinilah peranan lembaga-lembaga perlindungan konsumen.



2. Bagi pemerintah diharapkan untuk aktif melindungi konsumen, tidak hanya sebagai tempat penampung pengaduan dari konsumen, melainkan segala pengaduan tersebut hendaknya ditindaklanjuti secara serius sehingga konsumen dapat memperoleh keadilan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abdul Halim Barkatullah. 2010. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

HJ. Toto Tahir. 2000. *Tanggung Jawab Produksi Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Balai Pustaka.

Husni Syawali dan Neni Imaniyanti. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

Nasution AZ. 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Daya Widya.

#### **Peraturan Perundang-Undangan:**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen